

**PENGEMBANGAN USAHA KOPI MANGROVE (*RHIZOPORA SP*)  
DALAM UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DI  
SEKITAR HUTAN**

**TESIS**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Derajat Gelar S-2  
Program Studi Magister Agribisnis**



**Disusun oleh :**

**NURINA YUANITASARI  
NIM : 201610390211002**

**DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
Januari 2020**

**PENGEMBANGAN USAHA KOPI MANGROVE  
(RHIZOPORA SP) DALAM UPAYA PENINGKATAN  
EKONOMI MASYARAKAT DI SEKITAR HUTAN**

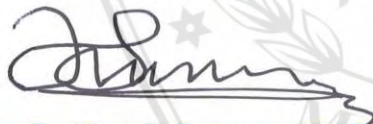
Diajukan oleh :

**NURINA YUANITASARI  
201610390211002**

Telah disetujui

Pada hari/tanggal, **Rabu/ 15 Januari 2020**

Pembimbing Utama



**Dr. Ir. H. Adi Sutanto, M.M.**

Pembimbing Pendamping



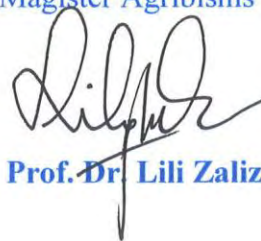
**Dr. Ir. Damat, M.P.**

Direktur  
Program Pascasarjana



**Prof. Akhsanul In'am, Ph.D**

Ketua Program Studi  
Magister Agribisnis



**Prof. Dr. Lili Zalizar, M.Si**

# TESIS

**NURINA YUANITASARI**  
**201610390211002**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada hari/tanggal, Rabu/ 15 Januari 2020  
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan  
memperoleh gelar Magister/Profesi di Program Pascasarjana  
Universitas Muhammadiyah Malang

## SUSUNAN DEWAN PENGUJI

**Ketua : Dr. Ir. H. Adi Sutanto, M.M.**

**Sekretaris : Dr. Ir. Damat, M.P.**

**Penguji : Dr. Ir. Istis Baroh, M.P.**

**Penguji : Dr. Ir. Fatimah Nursandi, M.Si.**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **NURINA YUANITASARI**

NIM : **201610390211002**

Program Studi : **Magister Agribisnis**

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. TESIS dengan judul : **PENGEMBANGAN USAHA KOPI MANGROVE (RHIZOPORA SP) DALAM UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DI SEKITAR HUTAN** Adalah karya saya dan dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.
2. Apabila ternyata dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia Tesis ini **DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tesis ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Januari 2020  
Yang menyatakan,



**NURINA YUANITASARI**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “PENGEMBANGAN USAHA KOPI MANGROVE (*RHIZOPORA SP*) DALAM UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DI SEKITAR HUTAN”.

Tersusunnya tesis ini tidak terlepas dari keterlibatan berbagai pihak, secara khusus penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

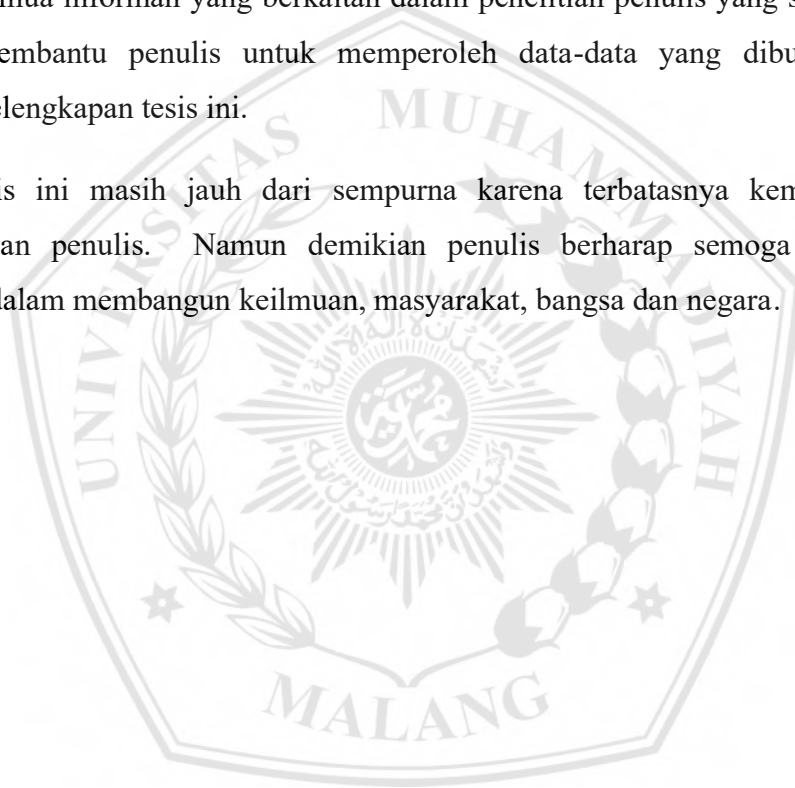
1. Akhsanul In'am, Ph.D selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. drh. Lili Zalizar, M.S selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Ir. H. Adi Sutanto, M.M selaku Dosen Pembimbing Utama Tesis dan Dr.Ir. Damat, M.P. selaku Dosen Pembimbing Kedua Tesis yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis agar tesis yang dibuat dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih atas waktu dan dedikasi yang diberikan.
4. Sembah sujud kepada Bapak dan Ibunda tercinta, Ir. Moh. Darham, M.Si dan Emmy Farida, SE. yang telah memberikan dukungan, doa dan kasih sayang untuk keberhasilan penulis.
5. Bapak Slaman selaku Ketua Tani Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sabuk Hijau Desa Lembung Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan yang telah membantu penulis dan memfasilitasi dalam penyediaan data untuk penelitian ini.
6. Teman-teman seperjuangan di Program Magister Agribisnis 2016 meliputi Muhammad Fachrudin (Terimakasih banyak masukan, kritik dan saran nya Mas!), Dwi Okta Indriyani (Teman baik yang banyak meluangkan waktunya untuk cerita bahagia dan berkeluh kesah, terimakasih sistuurr sudah berteman baik dengan penulis meskipun di kelas berbeda), Ivertilis (Mba Iveeer I Love Youuu!), Edwin Pradipta (Akhirnyaaa bisa wisuda bareng orang ini, hahaha. Semangat dan Sukses teruss ya Win), Elkha Caesar, Musrini, Hasan



Musthofa, Indra Ferry (Ayoo Ndra nyusul Wisuda!), Iswandi, Miftahul Rizky C P, dan terakhir Henry Hurib. Terimakasih atas kebersamaannya selama menempuh studi. Begitu banyak suka dan duka yang dilalui, saling memberikan semangat dan dorongan dalam berjuang bersama sama meraih gelar master. Semoga kebersamaan dalam persahabatan dan persaudaraan kita tidak akan pernah terlupakan.

7. Pihak Dinas Kehutanan dan Lingkungan Pamekasan, Dinas Perikanan dan Kelautan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Dinas Pariwisata dan semua informan yang berkaitan dalam penelitian penulis yang sangat banyak membantu penulis untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan demi kelengkapan tesis ini.

Tesis ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya kemampuan dan pengalaman penulis. Namun demikian penulis berharap semoga memberikan manfaat dalam membangun keilmuan, masyarakat, bangsa dan negara.



Malang, 15 Januari 2020

Penulis,

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI .....	ii
DAFTAR TABEL .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	iv
ABSTRAK .....	v
PENDAHULUAN	
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	3
Tujuan Penelitian.....	3
TINJAUAN PUSTAKA	
Penelitian Terdahulu .....	4
Faktor-Faktor Pengembangan Usaha Kopi .....	5
Mangrove Sebagai Bahan Pangan dan Obat .....	7
Bahan Baku Pembuatan Kopi .....	9
Proses Produksi Kopi Mangrove .....	10
Strategi Pengembangan .....	11
Kerangka Pemikiran .....	11
METODE PENELITIAN	
Subjek, Objek dan Tempat Penelitian .....	12
Metode Penelitian.....	12
Teknik Pengumpulan Sumber Data.....	12
Metode Penarikan Sampel .....	13
HASIL PEMBAHASAN	
Profil Kelompok Usaha /Perusahaan.....	14
Struktur Organisasi Perusahaan .....	15
Analisis Usaha Kopi Mangrove .....	15
Analisis Usaha Kelayakan Kopi Mangrove .....	17
Analisis SWOT .....	17
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal .....	17
Analisis Faktor Internal dan Eksternal .....	19
Analisis Faktor Lingkungan Internal.....	25
Analisis Faktor Lingkungan Eksternal .....	25
Pemilihan dan Penetapan Faktor Kunci Pengembangan Perusahaan.....	30
Penetapan Faktor Kunci Keberhasilan Usaha Kopi Mangrove.....	33
Penentuan Peta Posisi Kekuatan Pengembangan Perusahaan.....	34
Strategi dan Rencana Kegiatan Pengembangan Usaha .....	36
Penetapan Strategi .....	37
Penyusunan Program Kegiatan Pengembangan Usaha.....	38
PENUTUP	
Kesimpulan.....	40
Saran .....	41
Daftar Pustaka .....	42

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Luas dan Sebaran Kawasan Hutan Mangrove Di Kabupaten Pamekasan .....	
Tabel 2. Manfaat Mangrove Sebagai Bahan Obat.....	1
Tabel 3. Uji Proksimat Buah Bakau .....	8
Tabel 4. Komponen Varietas Jahe .....	9
Tabel 5. Investasi Peralatan Pada Unit Usaha Pengolah Kopi Mangrove .....	10
Tabel 6. Biaya Investasi dan Biaya Variabel Pengolahan Kopi Mangrove .....	16
Tabel 7. Perhitungan Total Biaya Produksi dan Pendapatan .....	16
Tabel 8. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal .....	17
Tabel 9. Penilaian Faktor Internal Perusahaan .....	18
Tabel 10. Penilaian Faktor Eksternal Perusahaan.....	31
Tabel 11. Nilai Kumulatif Evaluasi Faktor Kunci Keberhasilan .....	32
Tabel 12. Urutan Faktor Kunci Keberhasilan Perusahaan .....	33
Tabel 13. Formulasi Strategi SWOT/ Matriks SWOT.....	34
Tabel 14. Penetapan Teori Matriks Teori Tapisan.....	36
Tabel 15. Tujuan, Sasaran, Strategi, Kebijakan, Program dan Kegiatan .....	37
	38



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian Kopi Mangrove .....	
Gambar 2. Bagan Struktur KUB Sabuk Hijau Pamekasan .....	11
Gambar 3. Peta Kekuatan Perusahaan .....	15
Gambar 4. Kemasan Kopi Mangrove 250 gram .....	21
Gambar 5. Kemasan Kopi Mangrove 150 gram .....	22
	35



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.Daftar Nama Responden.....	45
Lampiran 2.Lampiran Kuisisioner .....	46
Lampiran 3.Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal .....	49
Lampiran 4.Struktur Organisasi KUB Sabuk Hijau .....	51
Lampiran 5.Perbedaan Kopi Arabika, Kopi Robusta, Kopi Mangrove .....	52



# **PENGEMBANGAN USAHA KOPI MANGROVE (*RHIZOPORA SP*) DALAM UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DI SEKITAR HUTAN**

Nurina Yuanitasari

[sarinurina@ymail.com](mailto:sarinurina@ymail.com)

Dr. Ir. H. Adi Sutanto, M.M (NIDN 0010016301)

Dr. Ir. Damat, M.P. (NIDN 0029076501)

Magister Agribisnis, Universitas Muhammadiyah

Malang, Jawa Timur, Indonesia

## **ABSTRAK**

Indonesia mempunyai hutan mangrove yang sangat luas, banyak manfaat yang diperoleh dari hutan yaitu untuk keseimbangan ekosistem, sumber pangan dan obat-obatan. Kopi Mangrove bahan baku utama berasal dari mangrove (*Rhizophora sp*) ditambah dengan bio farmaka seperti Jahe (*Zingiber officinale*) Cabe Jamu (*Piper retrofractum vahl*) dan tidak ada kandungan kopi (*Coffea L*) sedikitpun. Penelitian ini menggunakan pendekatan terapan *kualitatif deskriptif* tanpa ada uji hipotesis, dan merupakan penelitian penjelasan (*explanastory research*) yang berfokus pada penyusunan alternatif strategi, analisis data menggunakan Analisa SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats*), diawali dengan identifikasi faktor internal dan eksternal diadakan penilaian terhadap faktor untuk menentukan Faktor Kunci Keberhasilan, faktor yang mempunyai Total Nilai Bobot (TNB) terbesar untuk memetakan posisi perusahaan, hasil penilaian TNB kumulatif adalah Strengths = 2,84 Weakness = 3,03 Opportunities = 3,32 Threats = 2,24 dengan demikian posisi kekuatan perusahaan pada *Kuadran 2*, meskipun menghadapi berbagai ancaman perusahaan masih memiliki kekuatan dari sektor internal strategi yang diterapkan adalah strategi *Diversifikasi* produk dan pasar, menyusun formulasi strategi dengan menginteraksikan faktor internal dan faktor eksternal, pemilihan alternatif strateginya yaitu mengembangkan dan meningkatkan usaha kopi mangrove dengan lebih mengintensifkan dan mengoptimalkan pemasaran dan diversifikasi produk buah mangrove, menyusun Program Kegiatan Pengembangan usaha yang berisi rangkuman tentang Tujuan, Sasaran, Strategi, Kebijakan, Program dan Kegiatan yang dilaksanakan.

Kata Kunci : pengembangan usaha, kopi mangrove, analisa SWOT.

# **MANGROVE COFFEE BUSINESS DEVELOPMENT (*RHIZOPORA SP*) IN ENHANCING THE ECONOMY OF COMMUNITIES AROUND THE FOREST**

Nurina Yuanitasari

[sarinurina@ymail.com](mailto:sarinurina@ymail.com)

Dr. Ir. H. Adi Sutanto, M.M (NIDN 0010016301)

Dr. Ir. Damat, M.P. (NIDN 0029076501)

Master of Agribusiness, Muhammadiyah University  
Malang, East Java, Indonesia

## **ABSTRACT**

Indonesia has a vast mangrove forest, many benefits are obtained from forests, namely for the balance of ecosystems, food sources and medicines. Mangrove coffee is the main raw material derived from mangroves (*Rhizophora sp*) coupled with bio-pharmaceuticals such as Ginger (*Zingiber officinale*) Herbal Remedies (*Piper retrofractum vahl*) and no coffee content (*Coffea L*). This study uses a descriptive qualitative applied approach without any hypothesis testing, and is an explanatory research that focuses on developing alternative strategies, data analysis using SWOT Analysis (Strengths, Weakness, Opportunities and Threats), beginning with the identification of internal and external factors held assessment of factors to determine the Key Success Factors, factors that have the largest Total Value Weight (TNB) to map the company's position, the cumulative TNB assessment results are Strengths = 2.84 Weakness = 3.03 Opportunities = 3.32 Threats = 2.24 with Thus the company's strength position in Quadrant 2, despite facing various threats the company still has strength from the internal sector. The strategy adopted is the strategy of product and market diversification, formulating a strategy formulation by interacting internal and external factors, choosing alternative strategies, namely developing and increase the mangrove coffee business by further intensifying and optimizing the marketing and diversification of mangrove fruit products, compiling a Business Development Activity Program that contains a summary of the Objectives, Targets, Strategies, Policies, Programs and Activities implemented.

Keywords: business development, mangrove coffee, SWOT analysis.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Penelitian

Kabupaten Pamekasan memiliki luas 79, 230.01 Ha, dimana sebagian dari luas tersebut berupa lautan. Luasnya lautan yang ada di kota Pamekasan menyebabkan banyaknya tumbuhan bakau atau *mangrove* yang tumbuh di sekitar pesisir pantai. Selain tumbuh secara alami *mangrove* juga dibudidayakan oleh masyarakat sekitar. Salah satu pemanfaatan budidaya *mangrove* ini sebagai taman pariwisata (ekowisata) dan untuk mata pencaharian.

Tabel 1. Luas dan Sebaran Kawasan Hutan Mangrove Di Kabupaten Pamekasan

No	Lokasi		Status Lahan dan Luas (Ha)			Jenis Tanaman Mangrove	Keterangan
	Kecamatan	Desa	Kawasan	Non Kawasan	Jumlah		
1	Galis	Lembung	3,80	-	3,80	Payau,Rhizopora	Petak 61.A
2	Galis	Lembung	25,00	-	25,00	Payau,Rhizopora	Petak 61.B
3	Galis	Pandan	62,90	-	62,90	Payau,Api-api,nyerih	Petak.62
4	Pademawu	Padelegen	48,10	-	48,10	Payau,Api-api,nyerih	Petak.63A
5	Pademawu	Padelegen	43,90	-	43,90	Payau,Api-api,Jangkar	Petak.63B
6	Pademawu	Padelegen	90,70	-	90,70	Payau,Api-api,Jangkar	Petak.64
Jumlah			274,40	-	274,40		

Sumber : Perhutani KKPH Madura (2015)

Wilayah pesisir timur kabupaten Pamekasan yaitu di dusun Bangkal dan dusun Bengkaleng Desa Lembung Kecamatan Galis terdapat hutan mangrove seluas 28,8 Ha yang merupakan kawasan hutan lindung yang dikelola oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH) Madura yang ada pada petak 61A dan 61B dengan panjang kurang lebih 3,5 km untuk penyediaan bahan baku utama untuk pembuatan kopi mangrove disamping itu terdapat hutan mangrove yang dikelola oleh rakyat yang juga sebagai sumber bahan baku kopi mangrove .

Kopi *mangrove* merupakan salah satu produk yang diproduksi oleh KUB (Kelompok Usaha Bersama) Sabuk Hijau. Kopi mangrove ini tidak terbuat dari biji



kopi pada umumnya, melainkan terbuat dari biji mangrove yang dikeringkan. Namanya saja kopi tapi sama sekali tidak berbahan dasar biji kopi. Pemberian nama kopi dilandasi oleh beberapa alasan yaitu untuk mempermudah penjualan, karena warna dari produk ini hitam, rasanya pahit dan berbentuk seperti minuman. Namun ada yang unik dan khas dari cita rasanya karena tidak ada kandungan buah kopi asli sedikitpun, sebagai bahan baku adalah buah mangrove jenis tinjang (*Rhizophora sp*), cabe jamu (*Piper retrofractum vahl*) dan jahe (*Zingiber officinale*) yang sudah dikeringkan. Manfaat kopi mangrove untuk mengobati diare, mengurangi rasa pegal linu, menghangatkan tubuh, penambah stamina serta bebas kafein.

Kelompok Usaha Bersama ini menciptakan sebuah inovasi baru yang mendapatkan perhatian khusus dari OISCA serta masih baru didirikan mengharuskan KUB Sabuk Hijau untuk membuat sebuah rencana untuk mampu mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

Kemasan kopi mangrove dipasarkan dalam *sachet packing* dengan berbagai ukuran. Oleh sebab itu KUB Sabuk Hijau memberikan nama pada produk yang dihasilkan dengan kopi *mangrove*. Terdapat dua varian rasa dari kopi *mangrove* ini yaitu rasa cengkeh dan jahe. Sebelum memproduksi kopi, tumbuhan *mangrove* harus dibudidayakan secara luas, kemudian menunggu hingga terdapat bunga yang sudah siap dipanen.

Kopi mangrove telah mengantongi sertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga dari Dinas Kesehatan setempat sehingga dipastikan aman untuk dikonsumsi. Kopi ini hanya dipasarkan ketika ada pesanan saja. Secara rutin kopi juga dikirim ke Jawa Barat dan diekspor ke Jepang melalui OISCA (*Organization for Industrial and Cultural Advancement*).

Pengembangan usaha ekonomi ini termasuk bentuk usaha kecil yang dikelola oleh anggota kelompok sehingga bisa memberikan nilai tambah bagi anggota kelompok baik dari segi ketrampilan, penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan sehingga mempunyai peluang menjadi agribisnis. Usaha sejenis ini juga diproduksi oleh kelompok Segara di Tulungagung dan kelompok Jaka Kencana di Indramayu.

Usaha kopi mangrove ini mempunyai prospek pasar yang baik dan dalam mengembangkan usaha ini dijumpai hambatan antara lain teknologi yang digunakan, pemasaran, manajemen keuangan, kemampuan sumber daya manusia dan kemampuan dalam menghadapi persaingan pasar.

Pemanfaatan buah mangrove menjadi produk yang bernilai tambah (*value added*) belum banyak dikembangkan, kajian tentang usaha pengembangan kopi mangrove berbahan baku *buah tinjang (Rhizopora sp.)* masih sangat terbatas, sedangkan di pasar sudah banyak beredar berbagai macam varian rasa kopi, maka dari itu penjajakan potensi menjadi masalah utama dalam penelitian ini, yang diharapkan akan menjawab seberapa besar ***Pengembangan Usaha Kopi Mangrove (Rhizopora sp.) Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Sekitar Hutan*** ditinjau dari aspek produksi dan pemasaran.

#### **Rumusan Masalah.**

Berdasar uraian diatas maka beberapa rumusan masalah dapat di inventarisir dan akan dicari pemecahannya:

1. Lingkungan eksternal dan internal apa saja yang dapat dijadikan kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman bagi produk kopi mangrove (*Rhizopora sp.*) di Kabupaten Pamekasan
2. Strategi alternatif yang paling tepat untuk pengembangan kopi mangrove (*Rhizopora sp.*) dan pemasarannya yang harus dilakukan agar mempunyai produk yang memiliki keunggulan daya saing
3. Bagaimana strategi kebijakan program dalam prospek pengembangan usaha bisnis kopi berbahan dasar buah mangrove (*Rhizopora sp.*)

#### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisa dan mengetahui lingkungan internal dan eksternal apa saja yang dapat menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman untuk pengembangan usaha kopi mangrove (*Rhizopora sp.*)
2. Untuk mengetahui dan menganalisa strategi alternatif yang tepat dan menentukan Faktor Kunci Keberhasilan Pengembangan usaha kopi mangrove agar mempunyai produk usaha yang memiliki keunggulan daya saing.

3. Untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha kopi mangrove dalam upaya untuk peningkatan ekonomi masyarakat di sekitar hutan mangrove.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai pengembangan kopi mangrove di Madura belum banyak dilakukan. Adapun penelitian terdahulu sebagai bahan masukan dan pertimbangan antara lain yang dilakukan oleh Arifa Faizah (2011) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram dengan Analisis Prospektif pada Sari Sehat Multifarm dimana menjelaskan Faktor kunci yang dapat menentukan pengembangan usaha yaitu, (1) Peningkatan kondisi peralatan produksi, (2) Kemampuan SDM dan (3) Produktivitas. Dimana jika peningkatan tiga faktor kunci ini dapat menjadikan perusahaan berkembang. Kemudian diikuti dengan peningkatan kemampuan manajemen keuangan dan permodalan, sehingga perusahaan berkembang menjadi skenario yang optimis.

Apriyani, dkk (2014) yang berjudul Prospek Pengembangan Usaha Keripik Pisang di Bandarlampung menjelaskan Formulasi strategi pengembangan usaha yang dilakukan memperoleh skenario yang optimis untuk mengembangkan usaha keripik pisang. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa implikasi operasional untuk pengembangan strategi (1) Peningkatan kemampuan teknis pengusaha, (2) Peningkatan akses informasi, (3) Peningkatan manajerial pengusaha, (4) Proses produksi yang lebih modern dan (5) Meningkatkan ketersediaan bahan baku.

Hasriliandi Halim (2018) dengan judul Strategi Pengembangan Agribisnis Kacang Tanah (*Arachis hypogaea*) Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Di Kabupaten Bantaeng. Dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa Strategi pengembangan agribisnis kacang tanah yang dapat meningkatkan pendapatan petani adalah meliputi: (1) Meningkatkan Produksi Kacang Tanah, (2) Mengembangkan Wilayah Pemasaran, (3) Mengoptimalkan Potensi Sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia dan Sumber Daya Peralatan yang ada, (4) Menciptakan dan Mengembangkan Tehnologi Produksi dan Pengolahan Kacang Tanah, (5) Pembinaan

Petani dan Penyuluh Untuk Budidaya dan Pengolahan Kacang Tanah, (6) Mengadakan Pertemuan Rutin yang menjembatani Program Pemerintah dan Petani/Kelompok serta Industri Rumah Tangga, (7) Meningkatkan Kuantitas dan Peran Kelompok Tani, (8) Meningkatkan Kualitas Ilmu dan Pengetahuan melalui Pendidikan dan Pelatihan, (9) Melakukan Koordinasi dan Kerjasama antara Petani, Penyedia Sarana Produksi, Pedagang, Industri Rumah Tangga dan Lembaga Keuangan, (10) Memperkuat Kebijakan Pemerintah Tentang Penetapan Harga Dasar dan Suku Bunga Kredit, (11) Menciptakan Kawasan Khusus Budidaya Kacang Tanah, (12) Meningkatkan Penggunaan Pupuk dan Pestisida Organik Serta Peralatan Ramah Lingkungan. Penggunaan 12 strategi alternatif yang ada diatas tentunya akan berujung pada peningkatan pendapatan petani kacang tanah yang ada di Kabupaten Bantaeng.

Penelitian terdahulu dapat diambil kesimpulan, bahwa penelitian dengan tema strategi pengembangan khususnya prospek agribisnis selalu menarik untuk dibahas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah objek penelitian yaitu kopi mangrove dan strategi-strategi pengembangan tiap penelitian yang akan digunakan. Dengan demikian hasil yang diperoleh dapat dijadikan rekomendasi bagi peneliti, pemerintah dan instansi terkait.

### **Faktor-Faktor Pengembangan Usaha Kopi Mangrove**

Faktor faktor Pengembangan Usaha kopi Mangrove di Pamekasan yang diperoleh di literatur (Arifa 2011) diperoleh beberapa faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha kopi mangrove adalah:

#### **➤ Kemampuan SDM**

Sumber daya manusia merupakan faktor sumber daya yang paling penting dalam perusahaan. Ketua kelompok tani KUB tidak memiliki latar belakang pendidikan tehnis, namun sudah lama berpengalaman mempelajari tentang mangrove, karyawan atau pekerja kebanyakan lulusan SD sampai SMP, secara tehnis ketrampilan dalam mengolah mangrove dan hanya berdasarkan pengalaman, pelatihan kerja dari intansi terkait diberikan untuk menambah pengetahuan dan ketrampilan untuk mengembangkan usaha, termasuk juga kemampuan dalam

menggunakan perangkat Teknologi Informasi terutama komputer dan dunia internet sangat terbatas.

➤ **Kemampuan manajemen Keuangan**

Dalam mengelola keuangan perusahaan masih kurang baik, karena masih mengandalkan pembukuan manual berupa catatan, dan belum memiliki laporan keuangan sesuai dengan akuntabilitas yang baik.

➤ **Kondisi peralatan**

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi masih menggunakan peralatan sederhana ( oven, kompor, wajan, sutil, grinder, dan mesin packing ) sehingga belum optimal untuk peningkatan produksi secara signifikan. Jika umur mesin dan peralatan yang digunakan semakin tua, maka kemampuan dalam bekerja secara optimal tidak akan tercapai ( Jasasila, 2017)

➤ **Proses Produksi**

Proses produksi merupakan suatu proses yang menentukan jumlah produk yang dihasilkan bahan baku kopi mangrove selanjutnya digiling dan dihaluskan sampai menjadi serbuk dan dikemas dalam *sachet packing* dan siap dipasarkan, proses pembuatan kopi mangrove sama dengan proses pembuatan kopi bubuk pada umumnya.

➤ **Kemampuan Teknologi**

Teknologi produksi yang dilakukan mempunyai peran yang penting dalam pengaplikasian dalam produksi, dengan kondisi peralatan produksi saat ini perlu adanya perbaikan sehingga bisa produksi optimal, untuk peningkatan kemampuan terkait teknologi ini perlu adanya pelatihan-pelatihan teknis bekerja sana dengan intensi terkait dan lainnya.

➤ **Pemasaran**

Penjualan produk yang selama ini cenderung dilakukan secara pasif, karena masih menunggu pesanan dan penjualan lewat kantor-kantor secara terbatas, maka perlu adanya terobosan promosi melalui pameran-pameran, work shop dan penjualan secara online.



➤ **Kemampuan Daya Saing**

Munculnya perusahaan sejenis yaitu usaha kopi mangrove seperti kelompok Segara di Tulungagung dan kelompok Jaka Kencana di Indramayu akan meningkatkan persaingan di pasar maka pengelola perusahaan dituntut harus lebih profesional.

➤ **Kemampuan Permodalan**

Modal yang dimiliki saat ini masih bersumber pada modal kelompok, dan belum memanfaatkan jasa perbankan atau jasa keuangan lainnya, sehingga perkembangan perusahaan kurang bisa berkembang dan cenderung stagnan.

**Mangrove Sebagai Bahan Pangan dan Obat.**

Potensi dan manfaat mangrove sebagai sumber pangan yang sudah diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang pangan belum banyak pengetahuan tentang potensi dan manfaat mangrove sebagai sumber pangan. Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang hakiki dan pemenuhan kebutuhan pangan harus dilaksanakan secara adil dan merata berdasarkan kemandirian dan tidak bertentangan dengan keyakinan masyarakat. Seperti penelitian yang sudah dilakukan oleh Mamoribo (2003) pada kampong Rayori distrik Supriyori selatan kabupaten Biak Numfor memberikan informasi bahwa masyarakat telah memanfaatkan (*Bruguiera gymnorhiza*) yang buahnya diolah menjadi kue. Penduduk yang tinggal di daerah pesisir atau sekitar hutan mangrove seperti Muara Angke Jakarta dan teluk Balikpapan secara tradisional telah mengkonsumsi jenis buah mangrove seperti *Rhizophora mucronata*, *Bruguiera gymnorhiza* dengan mencampurkan dengan nasi, sedangkan buah api-api (*Avicennia alba*) diolah menjadi keripik dan buah pedada (*Sonneratia alba*) diolah menjadi sirup dan manisan (Haryono, 2004).

Tabel 2. Manfaat Mangrove Sebagai Bahan Obat (Kusmana dkk, 2008)

No	Jenis Mangrove	Bagian yang digunakan	Kasiat
1	2	3	4
1	<i>Acanthus ebracteatus</i>	Daun Buah Kulit pohon	Menyuburkan rambut dan mencegah kerontokan rambut Mengobati penyakit asma Mengobati sakit kuli dan sakit perut
2	<i>Avicennia ilicifolius</i>	Buah	Pembersih darah yang baik Obat luar untuk bisul gigitan ular
3	<i>Avicennia alba</i> (Api-api)	Getah Biji Batang	Kontrasepsi alami Meringankan bisul dan cacar Mengobati rematik, cacar, borok
4	<i>Avicennia officinallis</i>	Buah, daun, akar Getah	Mengobati hepatitis Kontrasepsi alami
5	<i>Avicennia Marina</i>	Buah	Mengobati diuretic dan hepatitis
6	<i>Bruguiera gymnorhiza</i>	Bunga	Mengobati infeksi telinga
7	<i>Bruguiera sexangula</i> (Bakau)	Buah Bunga(mengandung alkaloid)	Mengobati sakit mata Membantumenghambat perkembangan tumor
8	<i>Ceriops tagal</i>	Kulit kayu	Mengobati pendarahan
9	<i>Excoecaria agalloca</i> (Medengan)	Getah Daun	Mengobati sakit gigi Mengobati sariawan pada bayi
10	<i>Hibiscus tiliaceus</i> (Waru laut)	Buah	Anti fertilitas,mengobati diabetesdan dipatuk ular
11	<i>Ipomoea pes-capre</i>	Daun dan buah Biji Akar Cairan getah batang	Mengobati asma, diabetes, kusta, rematik dan dipatuk ular Sakit perut dan kram Sakit gigi dan eksim Mengobati sengatan binatang
12	<i>Lumnitzera racemosa</i> (Terutun)	Akar Daun	Mengobati demam Mengobati demam, borok/kudis dan rematik
13	<i>Kandelia candel</i>	Buah dan kulit batang muda dicampur nectar Rhizopora	Mengobati batuk
14.	<i>Nypha fructicans</i>	Kulit batang dan batang	Mengobati Sinusitis
15	<i>Oncosperma filamentosa</i>	Daun	Mengobati sakit perut
16.	<i>Pluchea indica</i>	Kulit batang Kulit batang, bunga, daun,	Anti muntah, anti septic, mengobati diare,haemostatic,menghentikan pendarahan, dan mengobati thypoid Mengobati hepatitis
17	<i>Rhizopora apiculata</i> (Tinjang)	Kulit batang	Mengobati beri-beri, febrifuge, borok, hepatitis, dan haematoma.
18	<i>Rhizopora mucronata</i>	Buah	Mengobati bengkak dan keseleo
19	<i>Sonneratia caseolaris</i> (Perapat,Pedada)	Buah Buah setengah matang	Menghentikan pendarahan Obat batuk
20	<i>Xylocarpus moluccensis</i> (Nyirih)	Kulit batang Biji	Menyembuhkan diare dan sebagai bahan baku obat malaria Mengobati gondok yang membengkak

Pengembangan perusahaan kedepan perlu membuat semacam *bussines plan*. Pembuatan bisnis plan memang bukanlah hal yang wajib dalam sebuah usaha bisnis, tetapi meskipun sederhana akan sangat membantu kelancaran usaha, peluang bisnis kopi mangrove (sejenis herbal) tidak bisa dipandang sebelah mata dengan begitu pesatnya pertumbuhan industri obat-obatan alternatif dan sejenisnya saat membuat peluang pasar semakin menggoda, karakteristik KUB Sabuk Hijau sebagai kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) maka perlu adanya pembinaan baik manajemen maupun permodalan. Belajar dari teori dan pengalaman berbisnis bahwa kegagalan disebabkan antara lain karena, manajemen yang buruk, kelalaian, sistem pengontrolan yang lemah, serta kurangnya modal perlu adanya pembenahan, sedangkan banyak pula yang berhasil karena kerja keras dan dedikasi, memahami prospek pasar, kompetensi manajerial dan juga keberuntungan.

#### **Bahan Baku Pembuatan Kopi Mangrove (*Rhizophora sp.*)**

Spesies tanaman *Rhizophora sp* merupakan bahan baku utama kopi mangrove tumbuh didaerah tropis yang buahnya bisa digunakan sebagai bahan pangan dan obat oleh masyarakat yang hidup dipesisir pantai selain *Rhizophora sp* ada bahan baku lain yang digunakan untuk melengkapi varian rasa dan aroma yaitu Jahe (*Zingiber officinale*) dan Cabe Jamu (*Piper retrofractum vahl*), berikut adalah hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui beberapa kandungan nutrisi dan kimia dari beberapa bahan baku kopi mangrove.

Tabel 3. Uji Proksimat Buah Bakau (Sri Purwaningsih dkk , 2013)

Komposisi	<i>Rhizophora mucronata</i>	<i>Rhizophora mucronata</i> *	<i>Bruguiera parviflora</i> *	Keterangan
Kadar air (%)	31,96	46,63	51,75	*)Penelitian yang dilakukan oleh Bunyapraphat Sara N, dkk (2002)
Kadar Lemak (%)	0,86	1,96	2,08	
Kadar Protein (%)	2,59	0,41	0,12	
Kadar Abu (%)	1,10	1,25	1,38	
Karbohidrat (%)	63,50	22,29	22,14	

Rasa pedas pada Jahe (*Zingiber officinale*) adalah kelompok senyawa *gingerol* yaitu senyawa turunan *fenol*, menurut hasil penelitian (Nwinuka dkk, 2005 dan Ode Bunmil dkk, 2010) dalam 100 gram jahe kering terdapat kadar air 15%, lemak 7,2-8,7 gram, abu 2,5-5,7 gram, besi 9,41 m gram, kalsium 104,02 m gram dan forfor 204,75 m gram , jahe terdiri dari kadar air 7-12%, minyak atsiri 1-3%, *oleoresin* 5-10%, pati 50-55% dan sejumlah kecil protein lemak sampai 7% (Eze dan Agbo, 2011).

Tabel 4. Komponen Varietas Jahe (Hernani dan Hayani, 2001)

Jenis/varietas	Komposisi (%)		
	Pati	Minyak Atsiri	Ekstrak larut dalam alkohol
Jahe Merah	52,90	3,90	9,93
Jahe Gajah	41,48	3,50	7,29
Jahe Emprit	44,25	2,50	5,81

Salah satu khasiat cabe jamu (*Piper retrofractum vahl*) adalah dapat digunakan untuk *tonikum* (Winarno, 2003). *Tonikum* untuk mengembalikan tonis normal pada jaringan kegunaannya adalah stimulan, mengurangi sakit demam, sakit kuning, rematik, menambah nafsu makan dan memperkuat fungsi organ tubuh pada industri digunakan penambah rasa pedas minuman keras. Kandungan zat kimia cabe jamu minyak atsiri 0,9%, *piperin* (pedas) 4-6%, *piperidin*, *chavicine*, *palmitic acid* (Anonim, 1977) juga mengandung lemak dan zat pati (Sudibyo, 1998)

### Proses Produksi Kopi Mangrove

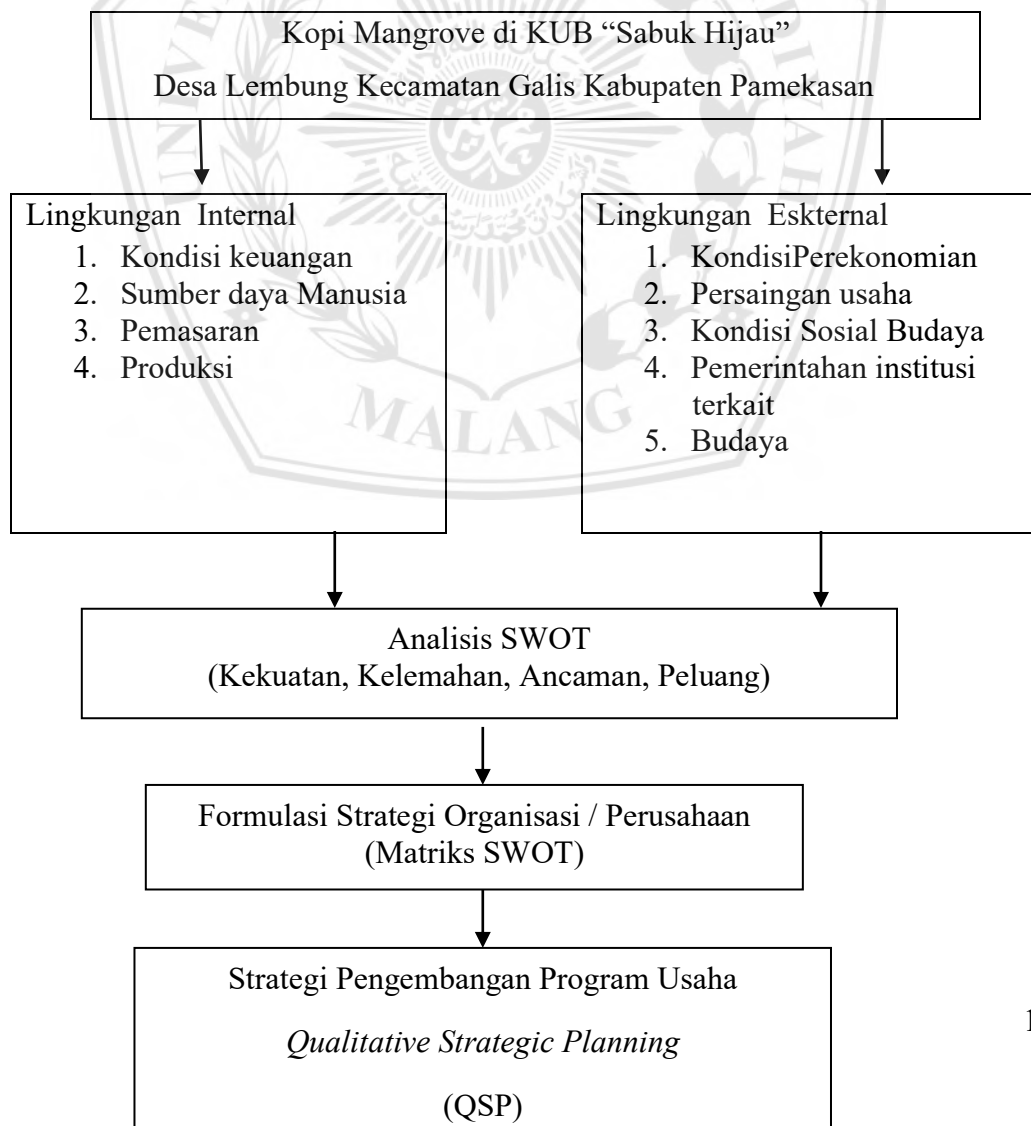
Untuk biji yang siap dipanen akan dipisah kepala dan batangnya, kepala biji akan diolah menjadi produk kopi sedangkan batangnya akan ditanam kembali. Biji yang sudah disortir akan dioven terlebih dahulu. Proses selanjutnya yaitu pencampuran dengan bahan-bahan yang lain seperti jahe atau cengkeh dan cabe jamu. Komposisi dari kopi *mangrove* rasa cengkeh yaitu 1 kg *mangrove* dan 1 ons cabe jamu, sedangkan untuk varian rasa jahe yaitu 1 kg *mangrove* dan 1 ons jahe. Setelah semua bahan tercampur semua bahan tersebut kemudian disangrai sampai berubah warna menjadi hitam. Proses Selanjutnya yaitu penggilingan sampai menjadi serbuk dan pengemasan.

## Strategi Pengembangan

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks usaha adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan.

Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun wilayah geografis pasar yang baru. Dalam mengembangkan usaha agar menjadi semakin besar diperlukan langkah tepat yang harus dijalankan antara lain, meningkatkan promosi, memperluas jaringan pasar, meningkatkan ketrampilan sumberdaya, dan memperhatikan keluhan pelanggan serta perlunya mengenali kompetitor bisnis

### Kerangka Pemikiran





## METODE PENELITIAN

### Subyek, Obyek, Jadwal dan Tempat Penelitian.

Subyek penelitian adalah seluruh anggota kelompok dan orang-orang terkait yang bisa memberikan informasi tentang data-data kegiatan usaha kopi mangrove (*Rhizophora sp*), dan obyek penelitian adalah produk kopi mangrove.

Penelitian dilakukan pada bulan Februari sampai bulan April 2019, di KUB (Kelompok Usaha Bersama) Sabuk Hijau Desa Lembung, Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan.

### Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian *terapan kualitatif deskriptif*, (tanpa adanya uji hipotesis) adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi gambaran secara sistematis, aktual, dan akurat mengenai fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) berfokus pada penyusunan strategi alternatif untuk menentukan skala prioritas yang akan menjadi acuan alternatif untuk dilaksanakan, adapun tehnik analisis datanya dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)

### Tehnik pengumpulan sumber data

Menggunakan data primer dan sekunder, data primer diperoleh dari responden berdasarkan kuesioner yang diberikan, dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pengembangan kopi mangrove di Desa Lembung Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. Data sekunder atau studi kepustakaan (*library research*) dan dokumentasi yang diperoleh dari perpustakaan, data dari instansi terkait serta sumber-sumber lain yang relevan dengan masalah penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut :

#### ◆ Data Primer

Data yang dikumpulkan dan diperoleh dari hasil wawancara (*depth interview*), penyebaran dan pengisian kuesioner, tehnik pengambilan

responden menggunakan *purposive sampling* dengan pertimbangan hanya responden yang memenuhi persyaratan yang dipilih yang terkait dengan pengembangan kopi mangrove sehingga diperoleh data dan informasi yang mendukung dalam menentukan strategi pengembangan kopi mangrove. responden yang dipilih adalah ketua dan anggota kelompok usaha kopi mangrove, anggota masyarakat dan petani/nelayan disekitar tempat usaha, konsumen pengguna/penikmat dan penjual produk, pejabat/pegawai dari instansi terkait.

- ♦ Data Sekunder adalah data pendukung yang diperoleh melalui referensi buku / literatur, buku laporan kelompok usaha kopi mangrove, majalah, jurnal-jurnal ilmiah, internet maupun sumber lain yang relevan dan terkait dengan kegiatan pengembangan kopi mangrove.

### Metode Penarikan Sampel

Metode pengambilan sampel yang dilakukan yaitu *non probability sampling/non random sampling*, dan menggunakan sub metode *Purposive sampling*, responden dipilih secara sengaja oleh peneliti untuk tujuan tertentu

Rumus Slovin :

$$n = N / 1 + N (e)^2$$

n = Number of sample (jumlah sampel)

N = Total population (jumlah seluruh anggota populasi)

e = Error tolerance (kesalahan yang bisa) ditoleransi dalam pengambilan sampel.

Perhitungan jumlah populasi ( N ) sebanyak 22 dan e sebesar 5%

$$e = 22 / 1 + 22 (0,05)^2 = 22 / 1,1 = 20$$

Perhitungan dilakukan dengan jumlah N sebanyak 22 dan e sebesar 5%. Setelah perhitungan dilakukan jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 20 orang dimana 2 orang dari Dinas Perikanan dan Kelautan Pamekasan , 4 orang dari

Dinas Kehutanan dan Lingkungan Pamekasan , 2 orang dari Dinas Pariwisata Pamekasan dan 1 orang dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Pamekasan, 1 Ketua KUB Sabuk Hijau dan 12 orang karyawan KUB Sabuk Hijau.

## **HASIL PEMBAHASAN**

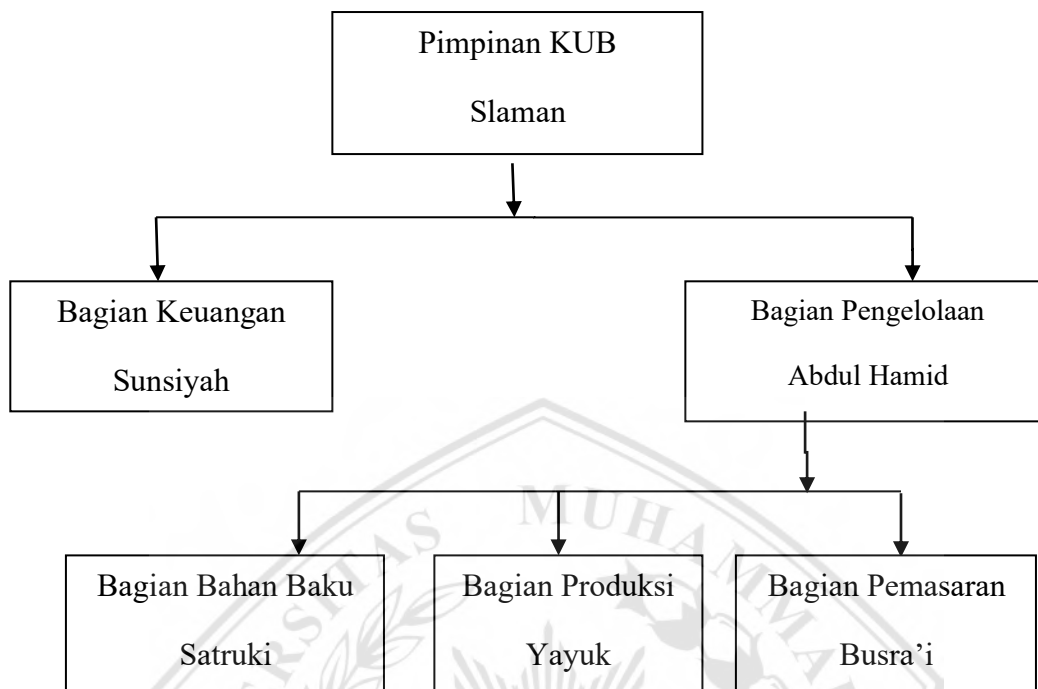
### **Profil Kelompok Usaha / Perusahaan**

Kelompok Usaha Bersama Sabuk Hijau merupakan kelompok usaha yang didirikan pada tanggal 26 Oktober 2006, keanggotaan kelompok tersebut bersifat sukarela yang berjumlah 26 orang, wilayah kerja meliputi sepanjang hutan lindung dan kawasan pesisir Desa Lembung Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan, Kelompok ini telah Berbadan Hukum dan Bukan Kelompok Non Politik.

Inovasi Kopi mangrove digagas oleh seorang warga Desa Lembung Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan, beliau bernama Bapak Slaman dimana pria kelahiran 1970 ini menekuni wilayah pesisir sejak tahun 1986 dan sampai sekarang oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Pamekasan, Pemerintah Propinsi Jawa Timur dan Pemerintah Pusat dikukuhkan Sebagai Perintis Lingkungan, sesuai dengan beberapa Penghargaan yang diperoleh baik tingkat daerah, regional maupun Tingkat Nasional. Pria Lulusan SMA ini mempunyai prestasi dan penghargaan di Tingkat Nasional melalui Adibakti Mina Bahari (AMB) dengan Tema Ajang Kreasinya “Pemanfaatan Sumber Daya Pesisir dan Pulau-pulau Kecil “ lewat Kopi Mangrove yang diselenggarakan oleh Kementrian Kelautan dan Perikanan pada tahun 2013.

Berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga Nomor HK 03.1.23.04.12.2205, KUB Sabuk Hijau memperoleh Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga P-IRT Nomor 2.08.3528.06.0022-18 tanggal 05 Mei 2014 dari Dinas Kesehatan Kabupaten Pamekasan, dan melalui Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia cq Direktur Jenderal Administrasi Hukum Umum Nomor AHU-0056478.AH.01.07. Tanggal 16 Mei 2006, telah ditetapkan dan disyahkan sebagai Perkumpulan Kelompok Tani Hutan Sabuk Hijau.

## Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. Bagan Struktur KUB Sabuk Hijau Pamekasan

## Analisa Usaha Kopi Mangrove

Pengolahan biji buah mangrove menjadi kopi mangrove bubuk dikerjakan dengan bantuan teknologi yang terbatas. Modal pokok unit yang dijadikan peralatan khusus antara lain band sealer, sealer miring, alat timbang biasa, alat timbang elektrik, meja kecil, rak kaca etalase panjang, rak kaca etalase tinggi, oven gas, alat pemecah biji, sotel, alat jemur, pisau, bak penampung mangrove, kompor gas, wajan, ayakan, tabung gas dan meja besar.

Biaya yang termasuk dalam kategori biaya investasi unit usaha pengolahan kopi mangrove adalah biaya modal selama 5 tahun meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya investasi terdiri dari biaya pembelian oven gas dan peralatan dengan total nilai Rp 12.123.500,00 yang digunakan selama masa investasi dengan rincian pada Tabel 5. Pembelian oven gas ini hanya dilakukan sekali di awal investasi dan selanjutnya melakukan penggantian alat sesuai umur alat dengan nilai depresiasi Rp. 249.

Tabel 5 . Investasi Peralatan Pada Unit Usaha Pengolah Kopi Mangrove

No	Nama Alat	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)	Umur Alat (Bulan)	Depresiasi
1	Band Sealer	1	3.500,00	3.500	6	583
2	Alat Packing (Sealer)	6	300.000,00	1.800.000	36	50.000
3	Alat Timbang Biasa	2	75.000,00	150.000	36	4.167
4	Alat Timbang Elektrik	2	300.000,00	600.000	36	16.667
5	Meja Kecil	2	25.000,00	50.000	36	1.389
6	Rak Kaca Etalase Panjang	1	1.400.000,00	1.400.000	60	23.333
7	Rak Kaca Etalase Tinggi	1	1.300.000,00	1.300.000	60	21.667
8	Oven Gas	1	4.500.000,00	4.500.000	60	75.000
9	Alat Pemecah Biji	2	40.000,00	80.000	24	3.333
10	Sodet / Sotel	3	75.000,00	225.000	36	6.250
11	Alat Jemur	4	35.000,00	140.000	36	3.889
12	Pisau	4	75.000,00	300.000	36	8.333
13	Bak Penampung Mangrove	4	65.000,00	260.000	24	10.833
14	Kompor Gas	1	100.000,00	100.000	60	1.667
15	Kuali / Wajan	2	95.000,00	190.000	36	5.278
16	Ayakan	1	15.000,00	15.000	36	417
17	Tabung Gas	2	130.000,00	260.000	60	4.333
18	Meja Besar	3	250.000,00	750.000	60	12.500
	<b>TOTAL</b>			12.123.500		249.639

Setiap proses produksi terdapat biaya yang dikeluarkan meliputi biaya pembelian bahan baku kopi mangrove dan biaya bahan bakar, biaya kemasan dan biaya tenaga kerja (harian) yang dapat dilihat di Tabel 6, yang disebut biaya variabel. Unit usaha mengolah kopi mengeluarkan biaya variabel senilai Rp 1.170.000,00/bulan. Sedangkan biaya tetap (FC) meliputi gaji pegawai, penyusutan, pemasaran senilai Rp, 579.639,00. Dengan demikian total biaya produksi (TC) membutuhkan biaya sebesar Rp. 1.749.639,00 setiap bulannya .

Tabel 6. Biaya Investasi dan Biaya Variabel Pengolahan Kopi Mangrove

No	Investasi	Biaya (Rp)	Jumlah	Total
	<b>Biaya Tetap</b>			
1	Gaji Pegawai	90000	3.00	270.000
2	Penyusutan	249638.9	1.00	249.639
3	Pemasaran	20000	3.00	60.000
	<b>Sub Total</b>			579.639
	<b>Biaya Variabel</b>			
1	Bahan Baku			
	Biji Buah Mangrove	3000	60.00	180.000
	Cabai jamu	55000	6.00	330.000
	Jahe Madura	40000	6.00	240.000
2	Kemasan	625	288.00	180.000
3	Gas	20000	2.00	40.000
4	Pulsa	100000	1.00	100.000
5	Listrik	100000	1.00	100.000
	<b>Sub Total</b>			1,170,000
	<b>Biaya Total</b>			1,749,639



## Analisis Kelayakan Finansial Usaha Kopi Mangrove

Benefit Cost Ratio (B/C ratio) merupakan suatu ukuran perbandingan antara pendapatan (Benefit = B) dengan Total Biaya Produksi (Cost = C) dalam batasan nilai besaran B/C dipakai sebagai alat untuk mengetahui suatu perusahaan menguntungkan untuk dikembangkan dan dilanjutkan atau tidak yaitu dengan rumus  $B/C \text{ ratio} = \text{Jumlah Pendapatan (B)} : \text{Total Biaya Produksi (TC)}$

Tabel 7. Perhitungan Total Biaya Produksi dan Pendapatan

Biaya Produksi (Rp)	Pendapatan (Rp)	B/C Ratio	Laba/Rugi (Rp)
1.749.639,00	23 kg @ x 140.000,00 = 3.220.000,00	1.84	1.470.361,00

Besarnya B/C ratio pengembangan usaha kopi mangrove berdasarkan Tabel 3, bahwa penerimaan usaha kopi mangrove sebesar Rp 3.220.000,00 dari hasil perhitungan diperoleh B/C ratio 1,84 dimana hasilnya lebih besar dari satu sehingga usaha ini dinilai menguntungkan dan mempunyai indikasi bahwa usaha kopi mangrove di daerah penelitian menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

## Analisa SWOT

### Identifikasi faktor Internal dan Eksternal

Identifikasi dan menilai faktor strategis untuk mengetahui mana yang menjadi kekuatan dan menjadi kelemahan serta mencermati peluang dan ancaman guna menentukan faktor kunci keberhasilan.

Tabel 8. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

No	Faktor Internal		
	Strengths (Kekuatan)		Weakness (Kelemahan)
S1	Aksesibilitas dan lokasi perusahaan cukup strategis	W1	Modal usaha perusahaan terbatas
S2	Bahan baku utama produk mudah diperoleh	W2	Pemasaran belum dilaksanakan secara optimal
S3	Bahan baku buah mangrove bisa diproses menjadi beraneka produk minuman dan makanan	W3	Varian rasa dan aroma kopi mangrove masih terbatas/kurang
S4	Jumlah tenaga kerja tersedia	W4	Penerapan teknologi dan sarana prasarana produk masih terbatas
S5	Harga lebih murah dari produk perusahaan lain	W5	Sertifikasi produk masih kurang
No	Faktor Eksternal		
	Opportunities (Peluang)		Threats (Ancaman)
O1	Wilayah pengembangan obat herbal dan jamu tradisional	T1	Produk makanan dan minuman sejenis cukup banyak
O2	Adanya dukungan dari pemerintah daerah	T2	Sumber energi dan bahan suplemen mengalami kenaikan
O3	Animo dan konsumsi minuman instan meningkat	T3	Adanya kompetitor dan persaingan dari perusahaan produk sejenis
O4	Berkembangnya café/warung yang menjual minuman dan minuman ringan	T4	Alih fungsi lahan menjadi lahan garam mempengaruhi ketersediaan bahan baku kopi mangrove
O5	Menciptakan lapangan kerja	T5	Abrasi dan kerusakan lahan mengancam ketersediaan bahan baku

## **Analisis Faktor Lingkungan Internal**

### **Aksebilitas dan Lokasi Menuju Perusahaan Cukup Strategis**

Lokasi adalah faktor kondisi dasar yang mempengaruhi banyaknya pengunjung yang datang sehingga berdampak kepada banyaknya penjualan. Dibutuhkan lokasi yang strategis sangat berguna bagi wilayah usaha yang akan berkembang. Lokasi perusahaan yang terletak disekitar pesisir pantai kawasan mangrove di Desa Lembung Kecamatan Galis memberikan keuntungan dalam memperoleh bahan baku buah mangrove sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya untuk mendatangkan bahan baku lagi karena petani mangrove akan mengantarkan langsung pada KUB Sabuk Hijau. Keputusan lokasi yang dipilih merupakan keputusan tentang bagaimana perusahaan memutuskan dimana lokasi pabriknya atau fasilitas-fasilitas produksinya secara optimal. Aktivitas ekonomi suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh lokasi industri yang ditempatinya (Solihin, 2012).

### **Bahan Baku Mudah Didapat**

Ketersediaan bahan baku cukup tidak akan menghambat proses produksi karena bahan baku yang digunakan merupakan bahan baku yang sangat melimpah. Menyuplai bahan baku dengan jumlah yang cukup selama panen untuk persediaan. Untuk bahan baku pendukung seperti cabe jamu serta jahe mempunyai cadangan sebanyak empat kilogram dan bahan kemasan untuk packaging. Cabe jamu merupakan varietas unggulan lokal dan pemasarannya lokal melalui pedagang pengepul menurut Bappeda Jatimprov potensi kabupaten kota (2013). Cara yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kerjasama baik dengan pemasok dengan cara membeli bahan baku keseluruhan dan membayarnya secara tunai.

### **Jumlah Tenaga Kerja Tersedia**

Tenaga kerja yang digunakan berasal dari masyarakat sekitar Desa Lembung Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. Untuk proses produksi memperkerjakan karyawan yang biasanya berasal dari masyarakat sekitar lokasi produksi. Didaerah penelitian banyak tersedia tenaga kerja karena didaerah tersebut banyak ibu-ibu yang bekerja sebagai ibu rumah tangga guna menambah penghasilan tambahan. Ibu-ibu

rumah tangga disini sudah terlatih berkat adanya pendampingan dari binaan Dinas Kehutanan dan Lingkungan sehingga sudah memahami prosedur pembuatan kopi mangrove yang baik dan benar. SDM merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan. Hakikatnya, SDM berupa manusia yang dipekerjakan di sebuah organisasi sebagai penggerak untuk mencapai tujuan organisasi itu (Hasibuan, 2001).

### **Bahan Baku Buah Mangrove Diolah Menjadi Beraneka Produk Minuman dan Makanan**

Buah mangrove dapat diolah menjadi beraneka macam produk makanan dan minuman yang dapat meningkatkan volume penjualan selain dari produk kopi mangrove. Misalnya madu mangrove, teh mangrove, biskuit mangrove dari Bruguiera, sirup mangrove, benih atau bibit mangrove dan stik mangrove. Selain itu ada produk olahan laut seperti lorjuk goreng, tiram, dan ikan kering. Hal ini dapat meningkatkan jumlah produksi olahan mangrove lainnya.

Produk olahan mangrove seperti tepung agar-agar, onde-onde, cendol, sirup, gula nipah, kerupuk dan aneka makanan lain. Sejumlah produk sudah diuji coba sebelumnya dan fokus mengembangkan mangrove menjadi kopi dan madu mangrove.

### **Harga Lebih Murah Dari Produk Perusahaan Lain**

Keunggulan lain yang dimiliki adalah harga yang terjangkau dan cara pembuatan yang masih tradisional. Sehingga seharusnya produk ini dapat dengan mudah dipasarkan di berbagai kalangan. Perusahaan menetapkan harga produknya berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi kopi mangrove tersebut. Keuntungan yang ditetapkan dalam perusahaan diambil dari hasil penjualan sebesar 30 persen. Jadi, perusahaan menetapkan harga diperoleh dari biaya yang dikeluarkan ditambah dengan 30 persen keuntungan yang diinginkan. Pengusaha menyediakan harga kopi mangrove bervariasi mulai dari Rp 22.500 sampai Rp 37.000 yang bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam memilih yang sesuai dengan kebutuhan dan pendapatan yang didapat. Hal ini merupakan salah satu strategi

perusahaan untuk menerapkan usaha yang dijalankannya karena perusahaan menetapkan harga lebih rendah dibandingkan harga pesaingnya. Harga minuman kopi mangrove instan pesaing yang sudah banyak dijumpai di pasaran sekitar Rp 75.000-Rp 125.000,00 untuk kemasan 250 gram.

Cara untuk mengenalkan identitas terhadap sebuah objek tertentu kepada konsumen adalah dengan *branding*. Kemasan atau *packaging* sangatlah berkaitan erat dengan *branding* itu sendiri. Kemasan sebuah produk merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi banyaknya penjualan atau minatnya konsumen terhadap produk tersebut. Beberapa unsur yang mempengaruhi penjualan produk adalah kualitas produk, pelayanan, pemasaran, dan kemasan juga saling mendukung satu sama lain. Kemasan suatu produk perlu dipertimbangkan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Kemasan kopi mangrove terdiri 3 berat bersih antara lain kemasan 110 gram, kemasan 110 gram kardus yang berisi 5 sachet dan kemasan 250 gram yang banyak dicari untuk stok cafe karena volumenya yang banyak dan cocok untuk stok di cafe atau kedai minuman yang menjual kopi mangrove.



Gambar 4. Kemasan Kopi Mangrove 250 gram

Kemasan volume 250 gram pada gambar menyerupai bentuk tas yang bagian tengahnya terdapat cekungan agar mudah dipegang dan tidak licin pada saat dibawa karena volumenya yang agak berat bila dibandingkan dengan volume kopi mangrove lainnya. Pertimbangan agar kemasan mudah dibawa atau dipegang, dibuka dan mudah diambil sangatlah penting. Pertimbangan ini selain mempengaruhi bentuk dari kemasan itu sendiri juga mempengaruhi kenyamanan pemakai produk atau konsumen. Hal ini sesuai dengan faktor ergonomi kemasan.

Bahan yang digunakan dalam pembuatan kemasan kopi mangrove menggunakan kertas dikarenakan karena kertas masih kemasan yang fleksibel, tidak mudah robek dan bisa diproduksi massal. Saat ini kemasan kertas masih banyak digunakan dan mampu bersaing dengan kemasan lain seperti plastik dan logam karena harganya yang murah, mudah diperoleh dan penggunaannya yang luas. Selain sebagai kemasan, kertas juga berfungsi sebagai media komunikator dan media cetak. Kelemahan kemasan kertas untuk mengemas bahan pangan adalah sifatnya yang sensitif terhadap air dan mudah dipengaruhi oleh kelembaban udara lingkungan. Selain itu untuk kemasan 150 gram ada juga yang menggunakan bahan plastik.



Gambar 5. Kemasan Kopi Mangrove 150 gram

Kemasan Cofferove yang tergolong laris di pasaran adalah kemasan 150 gram berbahan kardus yang di dalamnya terdiri 5 bungkus sachet berbahan alumunium foil polos tanpa cetakan dengan berat bersih masing – masing 30 gram. Pada bagian depan kemasan terdapat logo dan merk dagang dan berat produk serta no ijin usaha dan alamat perusahaan. Pada bagian samping kemasan terdapat keterangan komposisi kopi, batas kadaluwarsa kopi serta petunjuk penyajian kopi yang benar pada saat dikonsumsi. Nama kopi Cofferove sebagai merk dagang produk ini diharapkan setiap kali menyebut produk Cofferove maka konsumen akan teringat pada kopi mangrove khas Pamekasan dan mengingat sebagai produk kopi bebas cafein, bebas pengawet dan mempunyai manfaat kesehatan.

Kemasan kopi sachet merupakan kopi yang paling banyak dicari oleh konsumen dan penjualannya bisa mencapai 15 kilogram dalam sebulan. Hal ini dikarenakan menurut penjelasan dari pembeli bahwasannya kemasan kopi alumunium foil atau sachet biasanya untuk sekali seduh sekitar 30 gram dan cocok untuk dibagi-bagikan sebagai oleh-oleh karena praktis. Selain itu, dikenal sebagai

pilihan terbaik dibanding bahan kemasan lainnya. Kemasan kopi alumunium foil mampu melindungi kopi dalam jangka waktu lama dan aroma tidak mudah berubah. Selain itu, dengan kemasan kopi alumunium foil ini, bubuk kopi juga tidak mudah rusak dan menggumpal.

### **Modal Usaha Perusahaan Terbatas (Kelemahan)**

Modal yang digunakan oleh produsen kopi mangrove merupakan modal sendiri. Kelompok usaha bersama ini merupakan masyarakat golongan ekonomi menengah kebawah sehingga modal yang ada terbatas. Selama ini, belum pernah meminjam dana kredit kepada lembaga keuangan (bank), hal ini dikarenakan kelompok merasa kurang paham prosedur peminjaman. Dengan terbatasnya modal yang dimiliki, produsen hanya mampu memproduksi kopi mangrove sebanyak kapasitas modal yang ada. Hal ini akan berdampak pada proses pengembangan usaha kopi mangrove yang sudah ada. Kondisi keuangan perusahaan menjadikan ukuran dalam melihat posisi bersaing dan daya tarik keseluruhan bagi investor. Menentukan kekuatan dan kelemahan keuangan dalam suatu organisasi penting agar merumuskan strategi secara efektif (David, 2009).

### **Promosi Masih Kurang**

Namun sayangnya meskipun sudah ada sejak tahun 2014 masih banyak orang yang belum mengetahui produk kopi olahan mangrove ini. Hal ini terjadi karena keterbatasan promosi dan pengenalan kepada masyarakat sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk kopi mangrove ini. Promosi yang dilakukan hanya sebatas dari mulut ke mulut (*Personal selling*) yang berasal dari pembeli yang sudah pernah datang membeli kopi mangrove. Hal ini terjadi karena promosi yang sudah dilakukan untuk mengenalkan produk ini tidak efektif. Sehingga hal ini membuat orang kurang mengetahui produk ini.

Promosi dilakukan awalnya dengan cara menjual produk di acara kegiatan pameran dan expo berlanjut jika ada kunjungan kepada konsumen sebagai oleh-oleh khas Pamekasan dengan harga yang cukup murah. Beberapa bulan kemudian, media massa berdatangan untuk meliput hasil Sumber Daya Alam (SDA) kota Pamekasan.



Dengan adanya media massa, biaya promosi dapat berkurang. Menurut penelitian Umar (1999), pemasaran tidak hanya produk, harga produk dan pendistribusian produk, tetapi produk ini dikomunikasikan kepada masyarakat agar mengenal produk dan akhirnya pembelian dilakukan terhadap produk tersebut. Selain itu produk dititipkan di tempat-tempat strategis seperti di Pusat Oleh Oleh Khas Pamekasan yang letaknya di tengah kota dan membuka lapak jualan sendiri di area produksi yang juga termasuk rumah ketua kelompok serta promosi penjualan juga dilakukan melalui *web*, *tokopedia* atau *shopee*.

### **Varian rasa dan aroma kopi mangrove masih terbatas / kurang**

Minuman yang juga dikenal dengan minuman stamina ini memiliki warna seperti kopi, dari segi aroma mirip dengan Kopi Jahe khas Madura namun sedikit ada aroma jamu. Saat diteguk rasanya agak berbeda dengan kopi pada umumnya karena lebih terasa pahit jamu. Rasa pahit jamu pada kopi mangrove juga menjadi khas yang unik, dan dapat menjadi nilai tambah bagi produk kopi mangrove serta menanamkan persepsi pada konsumen jika kopi mangrove produk kopi mangrove yang alami, tanpa bahan pengawet dan memiliki banyak manfaat kesehatan bagi tubuh.

### **Penerapan teknologi dan sarana prasarana produk masih terbatas**

Teknologi merupakan salah satu faktor produksi yang menyangkut tentang peralatan yang digunakan dalam proses produksi. Sarana dan prasarana produksi belum menggunakan yang canggih atau maju. Kelompok masih menggunakan tenaga manual seperti dalam Masih terbatas dapat dilihat dari peralatan yang digunakan dalam kopi mangrove masih sederhana contohnya pada proses pengeringan masih dengan menggunakan sinar matahari. karena hanya pada proses pamarutan yang menggunakan mesin, sedangkan untuk proses pengeringan masih mengandalkan sinar matahari. Teknologi pengeringan yang masih tradisional akan berpengaruh pada kualitas atau mutu tepung tapioka.

## **Sertifikat Produk Belum Lengkap**

Pemasaran kopi mangrove masih terbatas karena belum memiliki surat izin produk dari BPOM ( Badan Pengawasan Obat dan Makanan) dan sertifikat HALAL karena terkendala biaya yang diajukan untuk membuat dikarenakan usaha ini masih skala kecil dimana semua modal masih menggunakan swadaya dari kelompok. Untuk membuat sertifikat ini dibutuhkan dana yang sangat besar sehingga memberatkan dari pihak pengusaha. Selain itu, kelompok ini sudah memiliki sertifikat dari Dinas Kesehatan yaitu sertifikat P-IRT ( Pangan Industri Rumah Tangga ) yang diperoleh berkat bantuan dari pembinaan dan pendampingan dari Dinas Kehutanan. Pendaftaran industri ini dilakukan untuk memudahkan ekspansi usaha yang lebih luas. Adanya label dan nomor register usaha diharapkan akan dapat mempermudah pengembangan produk kopi mangrove. Selain itu, industri ini akan dapat memproduksi dalam jumlah yang lebih besar.

Aspek legalitas suatu produk sudah dimiliki oleh kopi mangrove Coffeerove dari suatu produk. Aspek-aspek tersebut diantaranya adalah merk produk, izin dari dinas-dinas yang terkait seperti Dinas Kesehatan (nomor P-IRT) dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Informasi aspek legalitas ini diberikan kepada konsumen bahwa produk yang ditawarkan produsen layak untuk dikonsumsi.

## **Analisis Faktor Lingkungan Eksternal**

### **Animo dan konsumsi minuman instan meningkat (Peluang)**

Meningkatnya animo dan konsumsi minuman instan adalah cara yang potensial untuk pemasaran kopi mangrove. Permintaan kopi mangrove cenderung meningkat karena minuman ini mempunyai manfaat bagi kesehatan. Selain itu minuman kopi olahan ini menawarkan keunikan kepada konsumen. Produsen tidak sekedar menawarkan kopi mangrove bubuk tetapi telah mengembangkan produknya menjadi minuman kopi siap saji yang sudah diberi tambahan bahan bahan lain seperti buah mangrove, jahe madura dan cabe jamu.

Target konsumen kopi mangrove membagi menjadi 2 segmen yang berbeda. Penduduk Pamekasan merupakan tujuan segmen pertama yang mengkonsumsi kopi

setiap harinya. Sedangkan wisatawan yang berkunjung ke Pamekasan merupakan segmen kedua dan kopi mangrove dibeli untuk dijadikan souvenir karena kopi mangrove mempunyai rasa yang khas dan cocok dijadikan oleh-oleh agar konsumen luar Pamekasan dapat menikmati kekhasan kopi mangrove.

### **Adanya Dukungan dari Pemerintah Daerah**

Pemerintah daerah Kabupaten Pamekasan sangat mendukung adanya pengembangan usaha kopi mangrove di Desa Lembung. Dukungan pemerintah daerah berupa pembinaan, penyuluhan, pendampingan dan pengawasan bagi pengembangan kopi mangrove. Pembinaan dan penyuluhan yang diberikan mengenai proses produksi sampai pemasaran. Pengawasan pemerintah dikhususkan pada proses pengolahan kopi mangrove. Dukungan pemerintah yang diberikan kepada agroindustri kopi mangrove ini dilakukan bersama-sama dengan lembaga pembinaan dan instansi terkait seperti Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan serta Dinas Kehutanan dan Lingkungan yang membantu agroindustri dalam pelatihan, pembinaan, penyuluhan dan pengawasan bagi pengembangan usaha. Kebijakan pemerintah mempunyai peran kepedulian dalam bentuk bantuan fisik maupun non fisik, berupa penetapan harga hasil produk pertanian agroindustri yang sesuai dan tidak merugikan pihak agroindustri, pemberian kredit, kemudahan dalam memberikan izin usaha, pengadaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan usaha terkait dan lain sebagainya (David, 2002).

### **Berkembangnya cafe / kedai menjual minuman kopi.**

Berbicara cafe atau kedai kopi tidak lepas dengan budaya meminum dan menikmati kopi dimana sudah menjadi gaya hidup yang kekinian. Banyak jenis kopi olahan diciptakan untuk mengakomodir beragam selera yang muncul pada zaman ini, berbagai kafe dan kedai kopi menjamur dimana mana. Sebagaimana menurut Elly Herlyana tahun 2012 menyebutkan kafe yang semula selalu di pinggir jalan dan sederhana, sekarang masuk ke dalam gedung hotel berbintang atau mall, dengan berbagai nama. Salah satunya adalah coffee shop yang sekarang praktis menjual makanan berat juga, tapi juga melayani tamu yang memesan minuman dan makanan kecil. Kedai kopi saat ini banyak bermunculan di sekitar kampus sehingga menjadi

tempat yang menarik untuk dikunjungi dan menghabiskan waktu luang oleh mahasiswa. Kopi mangrove bisa dijadikan alternatif minuman bahkan pilihan menu selain kopi yang sudah disediakan bahkan menjadi pilihan minuman kopi yang sehat karena bebas kafein dan bebas dari pengawet. Adanya pedagang perantara seperti kedai kopi sebagai tempat untuk jual beli kopi sehingga pemasaran kopi mangrove lebih dimudahkan, pedagang perantara yang berperan dalam pemasaran kopi mangrove adalah pedagang warung/toko dan pedagang minuman lainnya.

### **Wilayah Pengembangan Obat Herbal dan Jamu Tradisional**

Desa Lembung Kecamatan Pamekasan merupakan daerah dengan tradisi minum jamu yang sangat kental dan penjualan bahan herbal. Contohnya jahe madura dan cabe jamu yang digunakan untuk bahan baku pembuatan kopi mangrove. Bahan herbal masih tetap diminati selain karena keampuannya juga karena bahan-bahan yang menjadi campurannya diyakini tidak bercampur dengan bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh manusia. Semua bahan berasal dari tumbuh-tumbuhan sehingga aman untuk dikonsumsi. Tanaman herbal biasanya ditanam di pekarangan rumah. Tanaman obat-obatan tersebut jika dibudidayakan secara baik akan dapat melestarikan dan mempertahankan lingkungan hidup. Jamu Madura merupakan hasil karya peninggalan nenek moyang yang seharusnya selalu tetap dijaga dan dilestarikan. Bagaimanapun orang Madura sebagai penerusnya haruslah tetap selalu menjaganya. Menurut Fausiyah dalam jurnal tahun 2005, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Jawa Timur, nilai *import* tanaman obat Jawa Timur meningkat 986 persen dan volumenya naik sebesar 189 persen. Permintaan terhadap ramuan tradisional semakin meningkat yang disebabkan masyarakat mulai jenuh mengonsumsi obat yang dibuat dari zat-zat kimia, dan mulai berpikir “*back to nature*”.

### **Menciptakan Lapangan Kerja**

Menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat dan mengoptimalkan pemanfaatan komoditas lokal menjadi produk olahan yang bernilai ekonomi tinggi dan masyarakat sedikit demi sedikit beralih dari kebiasaan lamanya merusak *mangrove*, seperti menebang pohon untuk kayu bakar. Perkembangan produk kopi

mangrove di Desa Lembung Galis diharapkan akan dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi warga dan menyerap tenaga kerja lebih banyak sehingga tingkat pengangguran di wilayah sekitar industri tersebut dapat berkurang.

### **Produk Sejenis Cukup Banyak (Ancaman)**

Kopi mangrove merupakan produk yang pertama sebagai inovasi baru hasil dari buah mangrove. Tidak menutup kemungkinan ada pengusaha lainnya membuat produk yang sama seperti kopi mangrove dan produk serupa sudah ada di Tulungagung dengan nama produk kopi mangrove Segara dan kopi mangrove yang berasal dari Sukabumi. Dengan adanya produk sejenis akan mempengaruhi penjualan produk kopi mangrove Coffero. Kecuali produk kopi ini sudah mendapatkan hak kepemilikan (paten) dan didaftarkan ke Dirjen Hak dan Kekayaan Intelektual.

### **Sumber Energi dan Bahan Pengganti Mengalami Kenaikan**

Bahan baku kopi mangrove yang berasal dari pohon bakau dimana kayu nya sudah dikenal sebagai kayu bakar pengganti minyak tanah atau bahan bakar gas sehingga oleh penduduk sana ada yang ditebang sehingga pohon bakau semakin berkurang karena mereka tidak paham. Padahal buahnya bisa digunakan sebagai bahan baku kopi mangrove. Selain itu terkadang jika belum masuk panen, dan sudah ada pesanan kopi mangrove pemilik kopi mangrove akan membeli buah mangrove dari luar kota yang biasanya didatangkan dari kota Probolinggo dan biasanya jika sudah didatangkan harga nya akan naik berbeda dengan hasil panen sendiri yang jauh lebih terjangkau.

### **Adanya Kompetitor dan Persaingan dari Perusahaan Produk Sejenis**

Adanya produk sejenis yang sama sehingga memungkinkan muncul usaha yang serupa karena mengingat prospek usaha kopi mangrove cukup baik. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa pembeli yang tertarik membuat dan mencoba melakukan usaha yang sama. Persaingan tidak hanya datang dari produk sejenis melainkan dapat pula berasal produk yang tidak sejenis tetapi dapat memuaskan kebutuhan yang sama contohnya kopi jahe yang sudah lebih dahulu ada di pasaran.

Terdapat kompetitor bagi KUB Sabuk Hijau dalam dunia bisnis salah satunya adalah kopi mangrove Segara yaitu sebuah komunitas yang juga memproduksi kopi mangrove di Dusun Pojok, Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir, Tulungagung Jawa Timur yang sudah berdiri sejak tahun 2014 yang lalu. Ikbar Sallim Al Asyari merupakan warga setempat menemukan olahan buah mangrove menjadi kopi. Buah tersebut diperoleh hutan bakau yang terhampar di wilayah pesisir Tulungagung dan Trenggalek.

KUB Sabuk Hijau memiliki beberapa pesaing, salah satu pesaingnya adalah kopi mangrove Segara yang lokasinya di Tulungagung dimana bisa memproduksi kopi mangrove yang sama dari rasa dan aroma. Harga dari kopi mangrove Segara ini lebih mahal dari harga kopi mangrove yang ditawarkan dari kopi mangrove Sabuk Hijau dan dapat membuat pelanggan beralih ke kopi mangrove ini. Yang membuat harga kopi mangrove lebih murah adalah bahan baku kopi mangrove Sabuk Hijau yang sangat melimpah seperti biji buah mangrove, jahe Madura dan cengkeh diperoleh dengan harga murah dan harga pasar daerah perusahaan yang menuntut jika harga mahal tidak bisa dijangkau semua kalangan baik dari kalangan bawah dan kalangan menengah dan KUB Sabuk Hijau belum menerapkan pajak sehingga harga pasar masih jauh lebih murah dari harga pesaing kopi mangrove Segara Tulungagung.

### **Alih Fungsi Lahan Menjadi Lahan Garam**

Garam merupakan sentra dan produk unggulan Jawa Timur khususnya Pamekasan. Alih fungsi lahan menjadi lahan garam mempengaruhi ketersediaan bahan baku mangrove. Luasan tutupan mangrove berkurang setiap tahunnya, hal ini berpengaruh pada peran mangrove sebagai penghasil bahan baku kopi. Selain itu berkurangnya areal mangrove juga mempengaruhi ekonomi masyarakat dimana dengan berkurangnya mangrove karena berbagai faktor, sangat mempengaruhi produktivitas garam, udang dan perikanan tangkap lainnya. Masyarakat mengalih fungsi lahan karena mereka ingin mendapatkan penghasilan lebih banyak dari pada mengolah lahan mangrove.

## **Abrasi dan Kerusakan Lahan Mengancam Ketersediaan Bahan Baku**

Pemanfaatan lahan kawasan pesisir sangat rentan membuat terjadi degradasi lahan yang mengakibatkan terjadinya abrasi pantai. Abrasi pantai tidak hanya membuat garis-garis pantai menjadi menyempit, bila dibiarkan bisa menjadi lebih berbahaya. Hal tersebut dapat mengancam ketersediaan bahan baku tanaman mangrove. Penebangan bakau pada pantai yang semula stabil Pantai yang ditumbuhi bakau umumnya pantai yang berlumpur. Pengambilan pasir di kawasan pesisir juga dapat mengganggu ekosistem yang sudah ada. Hal ini sesuai dengan pendapat Walhi Jawa Timur (2013). Pada kondisi pantai stabil dengan tumbuhan bakau, adanya bakau berfungsi meredam gelombang. Pemanfaatan lahan dikawasan ini harus dibatasi agar tidak terjadi kerugian lahan yang lebih banyak. Kawasan ini sangat rentan akan abrasi sehingga perlu peraturan dalam pemanfaatan lahan dikawasan ini. Sebaiknya pemanfaatan lahan memperhatikan aspek hijau dan memberikan RTH disetiap bangunannya.

## **Pemilihan dan Penetapan Faktor Kunci Pengembangan Perusahaan**

### **Penilaian Faktor Internal dan Eksternal**

Untuk menilai tingkat urgensi setiap faktor, peneliti menggunakan metode komparasi yaitu metode untuk menentukan urgen atau tingkat kepentingan satu faktor dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya, guna menentukan faktor mana yang lebih urgen pembobotan dilakukan dengan menggunakan *skala likert* yaitu responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu pilihan yang tersedia, hasil penilaian terhadap tingkat urgensi faktor disajikan dalam matrik berikut :



Tabel 9 . Penilaian Faktor Internal Perusahaan

Strength	Nilai Urgensi	Bobot Faktor (%)
S1	5	12,19
S2	4	9,76
S3	4	9,76
S4	4	9,76
S5	3	7,32
Weakness		
W1	5	12,19
W2	5	12,19
W3	5	12,19
W4	3	7,32
W5	3	7,32
Jumlah	41	100,00

Berdasarkan hasil analisis faktor kekuatan dalam pengembangan kopi mangrove di Desa Lembung Galis Pamekasan menghasilkan lima faktor penting dengan nilai bobot antara 7,32 sampai 12,19 merupakan aksesibilitas dan lokasi menuju perusahaan yang cukup strategis, bahan baku utama mudah diperoleh, bahan baku buah mangrove bisa diproses menjadi beraneka produk minuman dan makanan, jumlah tenaga kerja yang tersedia, harga lebih murah dari produk perusahaan lain. Kelima faktor penting tersebut memiliki nilai rating 5 (peluang besar) dan nilai rating yang sama yaitu 4 (empat).

Aksesibilitas dan lokasi menuju perusahaan cukup strategis, bahan baku buah mangrove bisa diproses menjadi beraneka produk minuman dan makanan untuk

pengembangan kopi mangrove merupakan kekuatan terbesar pengembangan kopi mangrove di Desa Lembung Kecamatan Pamekasan dan memiliki rating kuat.

Tabel 10. Penilaian Faktor Eksternal

Opportunity	Nilai Urgensi	Bobot Faktor (%)
O1	4	10,81
O2	5	13,51
O3	4	10,81
O4	4	10,81
O5	3	8,11
Threats		
T1	4	10,81
T2	3	8,11
T3	4	10,81
T4	3	8,11
T5	3	8,11
	37	100,00

Sumber: Analisis data primer, 2019

Keterangan : Pembobotan menggunakan *skala likert* : 1= buruk /sangat buruk; 2 = kurang baik / kurang tinggi; 3= cukup baik /cukup tinggi; 4 = baik / tinggi; 5 = sangat baik / sangat tinggi.

Berdasarkan hasil analisis faktor ancaman terhadap lingkungan eksternal pengembangan kopi mangrove di Kabupaten Pamekasan menghasilkan enam indikator penting dengan nilai bobot dari 8,11 sampai dengan 13,51. Produk sejenis yang beredar cukup banyak sampai adanya kompetitor dan persaingan dari perusahaan yang sejenis dapat mengancam pengembangan kopi mangrove.

### Penetapan Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) Usaha Kopi Mangrove

Tabel 11. Nilai Kumulatif Evaluasi Faktor Kunci Keberhasilan (FKK)

No	Faktor Internal/Ekternal	Nilai (%)				FKK
		BF	NBK	NBD	TNB	
1	Strengths (S)1	12,19	0,25	0,61	0,86	*1
2	Strengths (S2)	9,76	0,22	0,39	0,61	2
3	Strengths (S3)	9,76	0,21	0,29	0,50	3
4	Strengths (S4)	9,76	0,20	0,29	0,49	4
5	Strengths (S5)	7,32	0,16	0,22	0,38	5
	<b>Jumlah</b>	<b>48,79</b>	<b>1,04</b>	<b>1,80</b>	<b>2,84</b>	
6	Weakness (W1)	12,19	0,24	0,49	0,73	3
7	Weakness (W2)	12,19	0,28	0,61	0,89	*1
8	Weakness (W3)	12,19	0,26	0,49	0,75	2
9	Weakness (W4)	7,32	0,15	0,15	0,30	5
10	Weakness (W5)	7,32	0,14	0,22	0,36	4
	<b>Jumlah</b>	<b>51,21</b>	<b>1,07</b>	<b>1,96</b>	<b>3,03</b>	
11	Opportunities (O1)	10,81	0,24	0,43	0,67	2
12	Opportunities (O2)	13,51	0,35	0,68	1,03	*1
13	Opportunities (O3)	10,81	0,24	0,32	0,56	4
14	Opportunities (O4)	10,81	0,23	0,43	0,66	3
15	Opportunities (O5)	8,11	0,6	0,24	0,40	5
	<b>Jumlah</b>	<b>54,05</b>	<b>1,22</b>	<b>2,10</b>	<b>3,32</b>	
16	Threats (T1)	10,81	0,21	0,43	0,64	2
17	Threats (T2)	8,11	0,13	0,24	0,37	3
18	Threats (T3)	10,81	0,22	0,43	0,65	*1
19	Threats (T4)	8,11	0,15	0,16	0,31	4
20	Threats (T5)	8,11	0,11	0,16	0,27	5
	<b>Jumlah</b>	<b>45</b>	<b>0,82</b>	<b>1,42</b>	<b>2,24</b>	

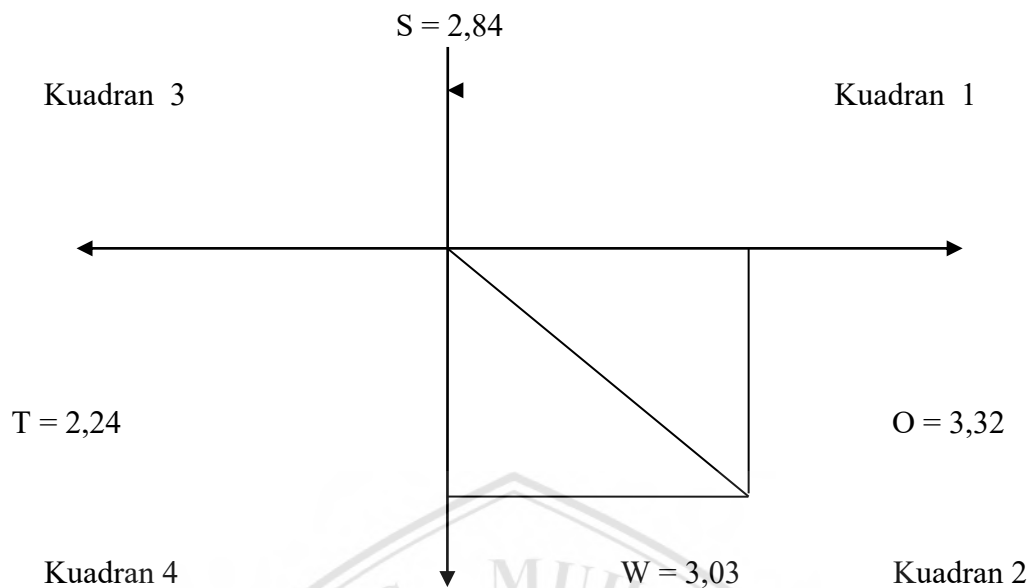
Setiap faktor yang memiliki TNB paling besar dari hasil perhitungan di tabel maka sebagai Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) dan merupakan faktor-faktor strategis dalam perusahaan untuk pengembangan usaha kopi mangrove dari setiap kategori *strengths*, *weakness*, *opportunities* dan *threats* masing-masing dipilih dua FKK berdasarkan urutan TNB yang terbesar. Nilai TNB terbesar diperoleh di TNB kekuatan dengan hasil peluang sebesar 3,32 dan TNB kelemahan sebesar 3,03.

Tabel 12. Urutan Faktor Kunci Keberhasilan Perusahaan

Faktor Internal			
	Kekuatan – <i>Strengths</i>		Kelemahan – <i>Weakness</i>
S1= 0,86	Aksesibilitas dan lokasi perusahaan cukup strategis	W2= 0,89	Pemasaran belum dilaksanakan secara optimal
S2= 0,61	Bahan baku utama produk mudah diperoleh	W3= 0,75	Varian rasa dan aroma kopi mangrove masih terbatas/kurang
Faktor Eksternal			
	Peluang – <i>Opportunities</i>		Ancaman – <i>Threats</i>
O2= 1,03	Adanya dukungan dari pemerintah daerah	T3= 0,65	Adanya kompetitor dan persaingan dari perusahaan produk sejenis
O1= 0,67	Wilayah pengembangan obat herbal dan jamu tradisional	T1= 0,64	Produk minuman dan makanan sejenis cukup banyak

### Penentuan Peta Posisi Kekuatan Pengembangan Perusahaan

Berdasarkan kriteria dan hasil evaluasi melalui analisa SWOT, maka Faktor Kunci Keberhasilan Pengembangan Perusahaan, dipilih berdasarkan Total Nilai Bobot (TNB) semua faktor, maka dapat dipetakan posisi kekuatan perusahaan seperti gambar berikut :



Gambar 2. Peta Kekuatan Perusahaan

Dengan membandingkan Total Nilai Bobot (TNB) *Strength* = 2,84 TNB *Weakness* = 3,03 TNB *Opportunity* 3,32 dan TNB *Threats* = 2,24 maka kekuatan posisi strategi pengembangan usaha kopi mangrove di daerah penelitian berada pada kuadran II, sehingga yang tepat digunakan dalam posisi tersebut adalah strategi diversifikasi dan sesuai dengan teori Freddy Rangkuti (2003) dimana pada posisi kuadran II meskipun menghadapi ancaman perusahaan masih memiliki kekuatan internal, strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan *strategi diversifikasi* (produk/pasar).

Strategi diversifikasi merupakan strategi yang fokus pada strategi ST (Strengths- Threats) yaitu memiliki kekuatan untuk menghadapi ancaman perusahaan. Sehingga strategi-strategi yang tepat digunakan dalam pengembangan usaha kopi mangrove di daerah penelitian adalah:

1. Membentuk semacam asosiasi untuk meningkatkan kerja sama dengan mitra usaha produk sejenis.
2. Meningkatkan kualitas produksi dan promosi untuk memperluas jaringan pasar.

## Strategi dan Rencana Kegiatan Pengembangan Usaha

Tabel 13. Formulasi Strategi SWOT / Matriks SWOT

<div style="text-align: center;">IFAS</div> <div style="text-align: center;">EFAS</div>	S	W
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aksesibilitas dan lokasi perusahaan cukup strategis</li> <li>Bahan baku utama produk mudah diperoleh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pemasaran belum dilakukan secara optimal</li> <li>Varian rasa dan aroma kopi mangrove masih terbatas/kurang</li> </ul>
O	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya dukungan dari pemerintah daerah</li> <li>Wilayah pengembangan obat herbal dan jamu tradisional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kembangkan usaha kopi mangrove dan produk lain dengan memanfaatkan bahan baku yang tersedia cukup banyak disekitar lokasi tempat usaha</li> <li>Dukungan, arahan dan bimbingan dari pemda dan <i>stakeholder</i> untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha kopi mangrove</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengembangkan dan meningkatkan usaha kopi mangrove dengan lebih mengintensifkan dan mengoptimalkan pemasaran dan diversifikasi produk buah mangrove</li> <li>Dukungan permodalan dari lembaga pemerintah khususnya lembaga keuangan pemerintah atau swasta</li> </ul>
T	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya kompetitor dan persaingan dari perusahaan produk sejenis</li> <li>Produk minuman dan makanan sejenis cukup banyak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membentuk semacam asosiasi untuk meningkatkan kerja sama dengan mitra usaha produk sejenis</li> <li>Peningkatan kualitas produksi dan promosi untuk memperluas jaringan pasar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revitalisasi alat produksi yang lebih baik modern agar mutu dan hasil produknya bisa bersaing</li> <li>Peningkatan standarisasi dan sertifikasi serta label produk</li> </ul>

## Penetapan Strategi

Michael Porter seperti dikutip Sianipar J.G dan Entang H.M. (2001:96) mengemukakan bahwa suatu perusahaan /organisasi untuk dapat eksis dan berkembang dalam era globalisasi ada tiga strategi utama, yaitu strategi *diferensiasi (diversifikasi)*, strategi kepemimpinan harga (*cost leadership*) atau biaya produksi rendah (efisiensi menyeluruh) dan strategi fokus (*focus*).

Pemilihan strategi dapat dilakukan dengan :

- Strategi fokus artinya dipilih alternatif yang berada pada kuadran yang sama dengan fokus tujuan yang akan dicapai yaitu pada peta kekuatan perusahaan/kelompok usaha
- Strategi Gabungan (*mix strategy*) atau strategi multi artinya strategi fokus pemberdayaan kekuatan kunci dan strategi perbaikan kelemahan yang dilakukan secara simultan yaitu dengan memilih satu strategi dari setiap kuadran yang paling terkait atau strategi yang paling utama /fokus.

Dalam menentukan strategi yang baik dapat diterapkan dengan *Teori Tapisan* dari Mc Namara melalui tahapan sebagai berikut :

- Membuat daftar akar masalah, membuat tabel untuk prioritas dengan bobot skoring 1-5.
- Memilih alternatif solusi yang terbaik.
- Menentukan alternatif strategi berdasarkan tiga kriteria sebagai berikut :
  - a. Efektifitasnya : efektifitasnya dalam mencapai sasaran pengembangan.
  - b. Biaya : Sumber daya yang digunakan paling efisien.
  - c. Kemudahan : Kepraktisan dalam melaksanakan.

Tabel 14. Penetapan Strategi Matrik **Teori Tapisan**

No.	Alternatif Strategi	Efektifitas	Kemudahan	Biaya	Total
1	Mengembangkan dan meningkatkan usaha kopi mangrove dengan lebih mengintensifkan dan mengoptimalkan pemasaran dan diversifikasi produk buah mangrove	4	5	4	13*



2	Dukungan arahan dan bimbingan dari pemerintah dan stakeholder dalam meningkatkan dan mengembangkan usaha kopi mangrove	3	4	4	11
3	Dukungan permodalan dari pemerintah khususnya lembaga keuangan pemerintah atau swasta	4	4	4	12
4	Mengembangkan usaha kopi mangrove dan produk lain dengan memanfaatkan bahan baku yang tersedia disekitar lokasi	4	4	4	12
5	Peningkatan standarisasi mutu dan sertifikasi serta labelisasi produk	4	3	3	10

Berdasarkan total skor tertinggi dari masing masing strategi, maka dipilih yang paling tinggi skornya 13 yaitu *Mengembangkan dan meningkatkan usaha kopi mangrove dengan lebih mengintensifkan dan mengoptimalkan pemasaran dan diversifikasi produk buah mangrove.*

### **Penyusunan Program Kegiatan Pengembangan Usaha**

Dari hasil pembahasan masalah dan analisa data penelitian dan penentuan alternatif dan penetapan strategi sampai pada penetapan hasil penelitian dan strategi kebijakannya, maka disusun Program Kegiatan Pengembangan Usaha Kopi Mangrove.

Tabel 15. Tujuan, Sasaran, Strategi, Kebijakan, Program dan Kegiatan

Tujuan	Sasaran	Strategi	Kebijakan	Program	Kegiatan
Pengembangan usaha Kopi Mangrove dalam upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat disekitar Hutan	Kelompok Usaha Bersama Kopi Mangrove Desa Lembang Pamekasan	Mengembangkan dan meningkatkan usaha Kopi Mangrove dengan lebih mengintensifkan dan mengoptimalkan	Mengaplikasikan strategi alternatif dengan 4P yaitu Product (produk) Price (harga) Place (tempat) Promotion (Promosi) dan Diversifikasi	Meningkatkan produksi dan penjualan meningkatkan keuntungan, mengembangkan Usaha yang beprospek lebih besar	Kopi mangrove dibuat dengan varian beda taste sehingga banyak pilihan dan disukai oleh customer serta membuat produk lain yang berbahan baku dari buah mangrove (diversifikasi) produk

		Pemasaran dan Diversifikasi produk buah mangrove	produk buah mangrove		<p>Menentukan harga jual kopi mangrove dengan melihat harga pasar dengan menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) dan profit yang diinginkan</p> <p>Produk kopi mangrove di <i>branding</i> dalam berbagai bentuk, isi, berat dan ukuran dengan nama “Coffero” untuk lebih menarik.</p> <p>Meningkatkan volume dan intensitas promosi untuk mengenalkan dan meningkatkan penjualan .</p> <p>Memperbaiki sistim manajemen sehingga memudahkan untuk melakukan pengawasan dan memperbaiki kekurangan khususnya dalam administrasinya</p> <p>Mengikuti pelatihan<sup>2</sup> dan pendidikan untuk menambah ketrampilan karyawan/anggota kelompok</p>
--	--	--	----------------------	--	---

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan penelitian kopi mangrove maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis SWOT bahwa Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) usaha Kopi Mangrove pada Total Nilai Bobot (TNB) faktor yang mempunyai skor paling besar, hasil perhitungan nilai kumulatifnya adalah :
  - a. Faktor Internal
    - *Strengths* Total Nilai Bobotnya sebesar 2,84
    - *Weakness* Total Nilai Bototnya sebesar 3,03
  - b. Faktor Eksternal
    - *Opportunities* Total Nilai Bobotnya sebesar 3,32
    - *Threats* Total Nilai Bobotnya sebesar 2,24

Dengan demikian maka posisi Kekuatan Faktor berada pada kuadran II, pada posisi ini Perusahaan meskipun menghadapi berbagai ancaman masih memiliki kekuatan dari sektor internal strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan *Strategi Diversifikasi* (Produk/Pasar).

2. Dari hasil analisis maka penetapan Alternatif Strategi dengan matrik teori Tapisan adalah “Mengembangkan dan Meningkatkan Usaha Kopi Mangrove dengan Lebih Mengintensifkan dan Mengoptimalkan Pemasaran dan Diversifikasi Produk Buah Mangrove” untuk mengimplementasikan strategi ini disusun suatu Program Kegiatan Usaha Kopi Mangrove yang didalamnya memuat tentang Tujuan Perusahaan, Sasaran, Strateginya Kebijakan, Program dan Kegiatan yang akan dilaksanakan akan lebih terperinci dan terarah sesuai rencana, dengan demikian maka tujuan Pengembangan Usaha Kopi Mangrove dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat disekitar Hutan bisa tercapai.

3. Hasil perhitungan Analisa Usaha Kopi Mangrove dengan menghitung perbandingan antara *Benefit dan Cost (B/C) ratio* hasil nilainya sebesar 1,84 perhitungan ini dipakai untuk penunjang eksistensi kelompok dalam mengelola usahanya bahwa usaha yang dilakukan menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

### **Saran**

1. Dalam usaha kopi Mangrove perlu adanya kreatifitas dengan membuat macam-macam varian rasa dan aroma sehingga konsumen akan mempunyai pilihan sesuai dengan selera yang disukai dan penganeka ragam produk (diversifikasi) dalam bentuk produk lain dalam pemanfaatan buah mangrove sehingga bisa menambah keuntungan dan pendapatan perusahaan.
2. Menentukan harga jual produk dengan melihat harga pasar dengan menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) dan profit yang diinginkan.
3. Mengadakan dan mengikuti pendidikan dan pelatihan teknis untuk menambah pengetahuan dan ketrampilan para karyawan/anggota kelompok.

## DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, Mohammad, 1991, *Psikologi Industri*, Liberti, Yogyakarta
- Aris Priyono, Diah, I, Mohson, Lulut, S, Tengku, L, 2010, *Beragam Produk Olahan Berbahan Dasar Mangrove*. KeSemat, Semarang
- Backer, CA and R, C Bach, 1963, *Flora of Java*. Volume 1, N.V.P. Noordhoff Groningen,
- Burhan, Bungin, 2001, *Metodologi Penelitian Sosial*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Bengen, D, 2001, *Pedoman Tehnis Pengenalan dan Pengelolaan Ekosistem Mangrove*, Pusat Kajian Sumber Daya Pesisir dan Lautan, Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Choliq Sabana, 2014, *Kajian Pengembangan Produk Makanan Olahan Mangrove*, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 4 Nomor 1, Maret 2014, ISSN.693.0908.
- Dahuri, R, Jacob Rais, Sapta Putra Ginting, MJ Sitepu, 2008, *Pengelolaan Sumber Daya Wilayah Pesisir dan Lautan Secara Terpadu*, Cetakan ke Empat, Pradnya Paramita, Jakarta
- David, Fred R, 2004, *Manajemen Strategis Konsep*, edisi 9, PT Indek Kelompok Gramedia, ISBN Jakarta
- Dawes, John, (2008), " *Do data Characteristics Change According to the Number of Scale Points Used, An Experiment Using 5 point, 7 point and 10 Point Scales* " *International Journal Market Research*, 150 (1) page 61-77
- Devi Purpitasari, dan Mefrima Yumar, 2014, *Prinsip prinsip Bisnis*, CV Rizeva Utama, Bogor.
- Edy Suandi, H dan Y Sri Susilo, 2011, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Propinsi DIY*, *Journal Ekonomi Pembangunan*, Volume 12, Nomor , Juni 2011, hal. 45-55
- FAO, 2007, *The Worlds Mangroves 1980-2005 Forest Resources Assessment Working, Paper Number 153, Food and Agriculture Organization of The United Nation*, Rome
- Fernando, E.S and J.V Pancho, 1980. *Mangrove trees of the Philippines Sylvatropica. The Philippines Forest Research journal* SUJ:33-51

- Harahap, Nuddin, 2010, *Penilaian Ekonomi Ekosistem Hutan Mangrove dan Aplikasinya Dalam Perencanaan Wilayah Pesisir*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Hunger, David dan Wheleen Thomas, 2003, *Manajemen Strategis*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Kitamura, S.C, Anwar A, Chaniago,S.Baba 1992, *Hand book of Mangroves in Indonesia (Bali and Lombok)*, ISME, Den Pasar
- Kusmana, C, dkk, 2008, *Manual Silvikultur Mangrove di Indonesia*, Departemen Kehutanan RI dan Korea International Cooperation Agency (KOICA)
- Kusmana, C, 1997, *Ekologi dan Sumber Daya Ekosistem Mangrove*. Makalah Pelatihan Pengelolaan Hutan Mangrove Lestari, Angkatan I PKSPL Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Likert, Rensis, (1932), *A Technique For The Measurement of Attitudes*, Archives of Psychology, 140 : 1-55
- Mangindaan,P, Wantesan, A,Sthephanus, V dan Mandagi, 2012, *Analisis Potensi Sumber Daya Mangrove di Desa Sarawet Sulawesi Utara sebagai Kawasan Eko Wisata*, Jurnal Perikanan dan Kelautan Tropis VIII (2) : 44 – 51
- Mulyadi, 2005, *Ekonomi Kelautan*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Narbuko, Cholid dan Ahmadi, 1997, *Metodologi Penelitian* , Cetakan Pertama, Bumi Aksara Jakarta
- Noor, Y.R, M. Khazali dan INN Suryadiputra, 1999. *Panduan Pengenalan Mangrove di Indonesia*, Bogor. *Wetland International Indonesia Programme*
- Pambudy, dkk, 1999, *Bisnis dan Kewirausahaan dalam sistim Agribisnis*, Pustaka Wirausaha, Jakarta
- Philip Kotler, 1988, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Erlangga, Jakarta.
- Pramudji, 2018. *Mangrove di Indonesia*, Web site : Lipi.go.id. ISSN/ISBN/IBSN: 978.602.6504-08.1, Nomor arsip LIPI 20190107
- Puji Purwati, Edi Susilo, Dwi Setijawati, 2016. *Analysis Pengembangan Usaha Berbasis Mangrove di Pantai Damas Kabupaten Trenggalek*, Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Brawijaya, Malang. *JIAT (Journal of Inovation and Applied Technology)* Volume 2, Nomor 01 Juni 2016.
- Purnomo dan Hari Setiawan, 2007, *Manajemen Strategi*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta

- Purnomo Basuki, H, 2004, *Potensi Mangrove sebagai tanaman obat (Prospect of Mangrove as Herbal Medicine)* Web Site : <http://www.irwantoshut.com>
- Rangkuti F, 1998, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ria Triani Putri, Dwi Novirani, Dwi Kurniawan, 2015, *Formulasi Strategi Menghadapi Persaingan Industri Kuliner Pada Eins Bistro & Boutique di Bandung*, Jurnal On Line, IT Nasional, Bandung
- Rochana, E, 2010, *Ekosistem Mangrove dan Pengelolaanya di Indonesia*. Web Site : <http://www.irwantoshut.com>
- Saifuddin Azwar, 2013, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Sianipar, JPG, dan HM Entang, 2001, *Tehnik tehnik Analisis Manajemen (Bahan Ajar Diklatpim III)*, LAN Republik Indonesia, Jakarta.
- Sugiono, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Suwarsono, Muhammad, 2004, *Manajemen Strategi Konsep dan Kasus*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- , 2013. *Dunia Butuh Mangrove Indonesia , Gapura (Majalah Pemerintah Kota Surabaya)* Vol. XLIV Nomor 71, Maret 2013, halaman 15.
- , 2011, *Materi Pelatihan Pengelolaan Ekosistem Mangrove untuk Tokoh Masyarakat*. Kementerian Kehutanan, BPH Mangrove Wilayah I, Den Pasar
- , 2010. *Info Hutan*, Kementerian Kehutanan, Badan Penelitian dan Pengembangan Kehutanan, P3HKA, Bogor, Vol. VII Nomor 1 Tahun 2010
- , 2017. *Lima Jenis Mangrove ini bisa diolah menjadi Makanan*, web site: [m.Republika.co.id](http://m.Republika.co.id). Agustus 2017

### Daftar Nama Responden

No.	Nama	Institusi	Jabatan
1	Drs.Ec. Jon Yulianto, MM	Dinas Koperasi dan UKM	ASN
2	A.Katri Atmojo, SP.MSi	Dinas Kehutanan	ASN
3	Dedy Bagus W, SHut.MAgr	Dinas Kehutanan	ASN
4	Sri Lusia Susanti, SPi	Dinas Kelautan dan Perikanan	ASN
5	Drs.Fathorrasid, MSi	Dinas Kelautan dan Perikanan	ASN
6	Eka Susilawati, SPt	Dinas Kehutanan	Penyuluh
7	Suhartono	Perhutani	ASN
8	Moh.Agus	LSM	Swasta
9	Slaman	KUB Sabuk Hijau	Ketua
10	Abd.Hamid	KUB Sabuk Hijau	Sekretaris
11	Sunsiah	KUB Sabuk Hijau	Bendahara
12	Abd.Tholib, SPdi	KUB Sabuk Hijau	Anggota
13	Abd. Mukib	KUB Sabuk Hijau	Anggota
14	Abu Yusuf	KUB Sabuk Hijau	Anggota
15	H.Syaiful	KUB Sabuk Hijau	Anggota
16	Kadarisman	KUB Sabuk Hijau	Anggota
17	Siti Rochimah	KUB Sabuk Hijau	Anggota
18	Huzaimah	KUB Sabuk Hijau	Anggota
19	Siti Rohani	KUB Sabuk Hijau	Anggota
20	Halima	KUB Sabuk Hijau	Anggota



## LAMPIRAN

### KUISIONER PENELITIAN PENGEMBANGAN USAHA KOPI MANGROVE DALAM UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT SEKITAR HUTAN

#### Identitas Responden

- |                               |                   |
|-------------------------------|-------------------|
| 1. Hari / Tanggal wawancara : | Nomor Responden : |
| 2. Nama :                     |                   |
| 3. Jenis kelamin :            |                   |
| 4. Umur :                     |                   |
| 5. Pendidikan :               |                   |
| 6. Pekerjaan :                |                   |
| 7. Alamat :                   |                   |

Petunjuk Pengisian :

Berilah penilaian urgensi penanganan atas faktor internal dan eksternal dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan pernyataan dibawah ini

- a = SP = Sangat Penting
- b = P = Penting
- c = CP = Cukup Penting
- d = TP = Tidak Penting

Kode	Faktor Internal	Urgensi Prioritas (Bobot Kepentingan)			
		a	b	c	D
	<i>Pertanyaan terkait dengan Strengths ( Kekuatan )</i>				
A	Lokasi perusahaan strategis				
B	Kemudahan memperoleh bahan baku utama produksi tersedia				

C	Kemampuan/ketrampilan SDM menjalankan perusahaan				
D	Bahan baku bisa diolah menjadi beraneka jenis produk				
E	Harga bersaing dengan produk perusahaan lain				
	<b><i>Pertanyaan terkait dengan Weakness ( Kelemahan )</i></b>				
A	Keterbatasan modal usaha				
B	Penerapan teknologi, sarana prasarana produksi masih rendah				
C	Promosi, iklan dan standarisasi mutu masih kurang				
D	Pengelolaan manajemen masih kurang baik				
E	Varian rasa/aroma terbatas				
<b>Faktor Eksternal</b>					
	<b><i>Pertanyaan terkait dengan Opportunitys ( Peluang )</i></b>				
A	Sentra obat herbal dan jamu tradisional				
B	Dukungan dari Pemerintah daerah dalam pengembangan usaha kecil menengah				
C	Animo masyarakat dan konsumsi minuman instan alami meningkat				
D	Banyaknya warung/café yang menyediakan minuman dan makanan				
E	Menciptakan tenaga kerja baru dan mengurangi pengangguran				
	<b><i>Pertanyaan terkait dengan Threats ( Ancaman )</i></b>				
A	Produk baru yang sejenis cukup banyak				
B	Persaingan dalam pemasaran				
C	Mahalnya dan terbatasnya bahan suplemen				
D	Kenaikan sumber energi				
E					
<p>Berilah penilaian atas pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan angka dibawah ini :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Angka 4 = sangat baik</li> <li>➤ Angka 3 = baik</li> <li>➤ Angka 2 = cukup baik</li> <li>➤ Angka 1 = tidak baik</li> </ul>					

Kode	Faktor Internal	Rating			
		1	2	3	4
	<b><i>Pertanyaan terkait dengan Strengths ( Kekuatan )</i></b>				
A	Lokasi perusahaan strategis				
B	Kemudahan memperoleh bahan baku utama produksi tersedia				
C	Kemampuan/ketrampilan SDM menjalankan perusahaan				
D	Ketersediaan jumlah dan domisili tenaga kerja local				
E	Bahan baku bisa diolah beraneka jenis produk				
F	Harga bersaing dengan produk perusahaan lain				
	<b><i>Pertanyaan terkait dengan Weakness ( Kelemahan )</i></b>				
G	Keterbatasan modal usaha				
H	Penerapan teknologi masih rendah				
I	Produktivitas rendah				
J	Promosi dan iklan kurang				
K	Sarana dan prasarana produksi kurang/ sederhana				
L	Varian rasa/aroma kopi mangrove terbatas				
M	Kemampuan manajemen keuangan kurang				
<b>Faktor Eksternal</b>					
	<b><i>Pertanyaan terkait dengan Opportunitys ( Peluang )</i></b>				
N	Wilayah sentra obat dan jamu tradisional (Madura)				
O	Dukungan dari Pemerintah daerah dalam pengembangan UKM				
P	Animo masyarakat dan konsumsi terhadap minuman instan alami meningkat				
	<b><i>Pertanyaan terkait dengan Threats ( Ancaman )</i></b>				
Q	Produk baru yang sejenis cukup banyak				
R	Persaingan dalam pemasaran, selera konsumen yang bermacam-macam				
S	Kenaikan sumber energi dan bahan suplemen				

Responden

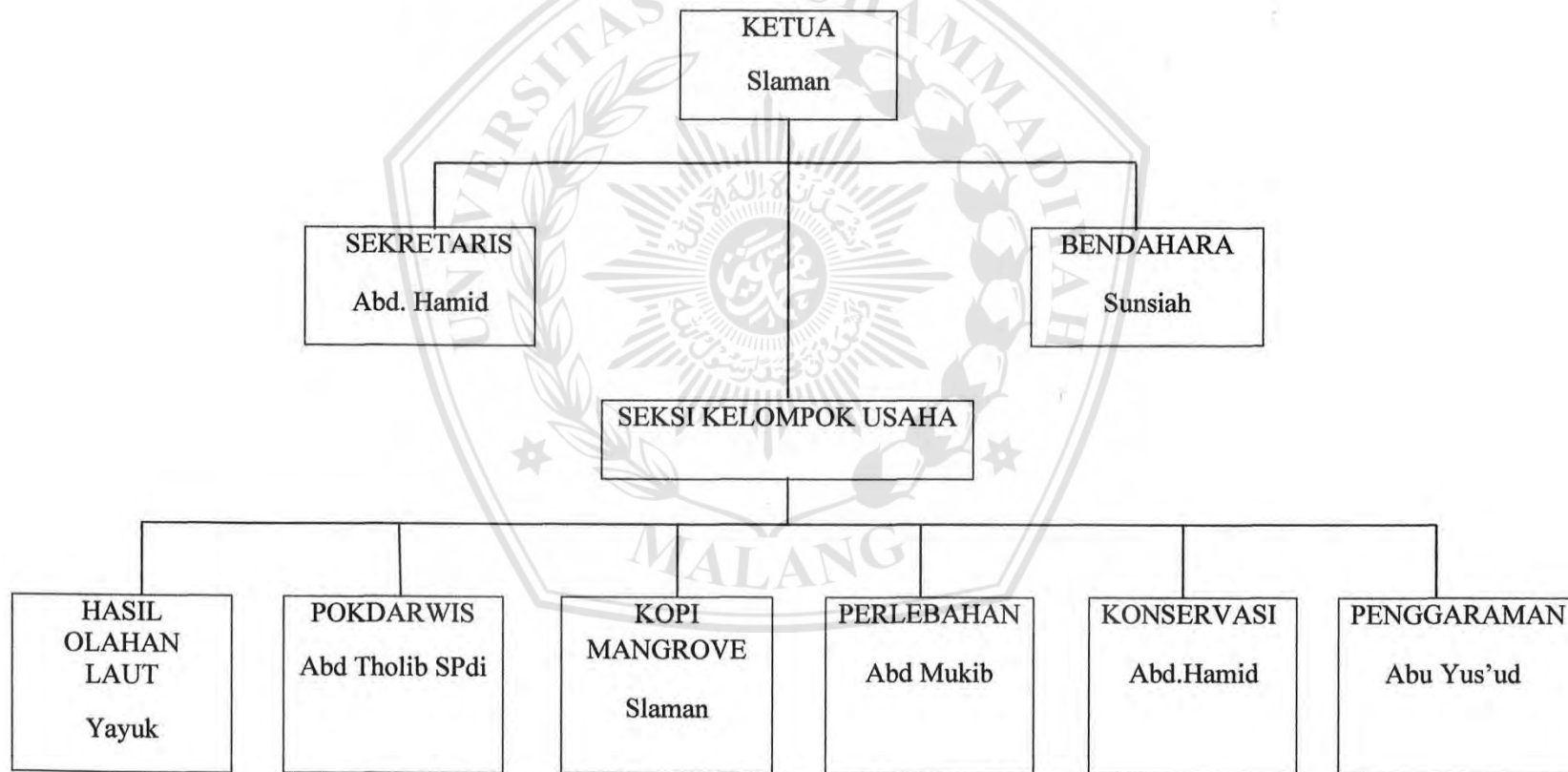
---

Tabel 4.7 Evaluasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

No	Faktor Internal dan Eksternal	BF (%)	ND	NBD	Nilai Keterkaitan																				NRK	NBK	TNB				
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20							
	<b>FAKTOR INTERNAL (IFAS) STRENGTHS</b>																														
1	Aksesibilitas dan lokasi perusahaan cukup strategis	12,19	5	0,61	x	3	2	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2,05	0,25	0,86				
	Bahan baku utama mudah diperoleh	9,76	4	0,39	3	x	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2,30	0,22	0,61				
2	Bahan baku buah mangrove bisa diproses menjadi beraneka produk mamin	9,76	3	0,29	2	2	x	2	3	3	1	2	2	2	2	5	3	2	2	2	1	2	2	2,15	0,21	0,50					
3	Jumlah tenaga kerja tersedia	9,76	3	0,29	3	3	2	x	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2,05	0,20	0,49				
4	Harga lebih murah dari produk perusahaan lain yang sejenis	7,32	3	0,22	2	2	3	2	x	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	2	2	4	2	1	2,15	0,16	0,38				
	<b>WEAKNESS</b>																														
6	Modal perusahaan terbatas	12,19	4	0,49	2	2	2	2	2	x	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2,00	0,24	0,73				
7	Promosi dan pemasaran kurang	12,19	5	0,61	2	4	1	2	3	2	x	5	3	2	2	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2,30	0,28	0,89				
8	Varian rasa dan aroma kopi mangrove terbatas/kurang	12,19	4	0,49	1	2	5	1	2	2	2	x	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2,15	0,26	0,75				
9	Penerapan tehnologi dan sarpras produksi terbatas	7,32	2	0,15	2	2	3	2	1	2	2	3	x	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2,00	0,15	0,30				
10	Sertifikasi produk kurang	7,32	3	0,22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	x	2	3	2	2	2	3	1	2	1	1	1,85	0,14	0,36				

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
11 12	<b>FAKTOR EKSTERNAL (EFAS)</b>																										
	<b>OPPORTUNITIES</b>																										
	Wilayah Pengembangan obat herbal dan jamu tradisional	10,81	4	0,43	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	x	3	4	3	2	3	1	2	2	1	2,20	0,24	0,67
	Adanya dukungan dari pemerintah daerah	13,51	5	0,68	3	2	3	3	2	3	5	2	3	3	3	x	3	3	2	2	2	3	3	2	2,60	0,35	1,03
	Animo dan konsumsi minuman instan Meningkat	10,81	3	0,32	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	4	3	x	3	3	2	2	2	1	1	2,25	0,24	0,56
	Bekembangnya café / warung yang menjual mamin ringan	10,81	4	0,43	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	x	3	2	1	2	1	1	2,15	0,23	0,66
	Menciptakan peluang kerja	8,11	3	0,24	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	x	2	1	2	2	1	1,95	0,16	0,40
	<b>THREATS</b>																										
	Produk sejenis cukup banyak	10,81	4	0,43	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	x	2	2	1	1	1,90	0,21	0,64
	Sumber energi dan bahan suplemen mengalami kenaikan	8,11	3	0,24	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	x	2	1	1	1,65	0,13	0,37
	Adanya kompetitor dan persaingan dari perusahaan sejenis	10,81	4	0,43	2	2	1	2	4	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	x	2	2	2,05	0,22	0,65
	Alih fungsi lahan menjadi lahan garam berpengaruh terhadap bahan baku kopi mangrove	8,11	2	0,16	2	4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	1	1	2	1	1	2	x	2	1,85	0,15	0,31
	Abrasi dan kerusakan lahan mengancam ketersediaan bahan baku	8,11	2	0,16	2	3	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	x	1,40	0,11	0,27

**STRUKTUR ORGANISASI**  
**KELOMPOK USAHA BERSAMA SABUK HIJAU**



Lampiran Perbedaan antara Kopi Arabica, Kopi Robusta dan Kopi Mangrove

Spesifikasi	Kopi Arabica	Kopi Robusta	Kopi Mangrove	Keterangan
1. Aroma dan Rasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aroma buah-buahan blueberry</li> <li>- Rasa beragam tidak begitu pahit, lembut, halus manis, harum tajam, kuat</li> <li>- Sedikit asam, rasa kental dimulut</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aroma kacang-kacangan</li> <li>- Rasa pahit, sebagai bahan dasar espresso/blend, lebih kental dan cenderung ke rasa <i>aftertaste</i> kacang-kacangan /coklat tidak seharum kopi Arabica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak beraroma</li> <li>- Aroma jahe.</li> <li>- Rasanya seperti jamu</li> <li>- Berbeda dengan rasa kopi pada umumnya karena ada rasa pahit jamu</li> </ul>	<p>Sebelum disangrai</p> <p>Sesudah disangrai</p>
2. Warna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kehitaman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hitam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kehitaman</li> </ul>	
3. Kandungan kafein	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agak tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak mengandung kafein</li> </ul>	
4. Tekstur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Halus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cenderung kasar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Halus</li> </ul>	
5. Penguasaan pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 60% - 70 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 40% - 30%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokal regional</li> </ul>	